

**PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* YANG DILAKUKAN OLEH  
BALAI PEMUDA DAN OLAAHRAGA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar sarjana pendidikan



Oleh :  
Eriyus Septiadi Syaputra  
NIM. 10402249002

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN  
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2015**

**PERSETUJUAN**

**PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* YANG DILAKUKAN OLEH  
BALAI PEMUDA DAN OLAAHRAGA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Oleh:

Friyas Septiadi Syaputra

10402249002

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 6 maret 2015

Untuk dipertabakan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing



Joko Kuncoro, M.Si.

NIP. 19600626 198511 1 001

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Eriyus Septiadi Syaputra

NIM : 10402249002

Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ekonomi

Judul skripsi : **Pelaksanaan *Public Relations* Yang Dilakukan Oleh Balai  
Penunda Dan Olahraga Yogyakarta**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali pada bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila kemudian hari terdapat kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 9 Maret 2015



Eriyus Septiadi Syaputra

NIM. 10402249002

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* YANG DILAKUKAN OLEH  
BALAI PEMUDA DAN OLAHRAHA YOGYAKARTA**

Eriyus Septiadi Syaputra  
NIM. 10402249002

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
pada Tanggal 24 April 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**DEWAN PENGUJI**

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Muslikhah Dwihartanti, M.Pd	Ketua Penguji		19 Mei 2015
Joko Kumoro, M.Si	Sekretaris Penguji		19 Mei 2015
Djihad Hisyam, M.Pd	Penguji Utama		6 Mei 2015

Yogyakarta, 20 Mei 2015  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

  
Dekan  
Dr. Sugiharsono, M.Si  
NIP. 19550228 198303 1 0021

## **Motto**

Lapangkanlah dadaku, karena kami ingin dekat dengan-Mu  
Mudahkanlah urusanku,  
karena Engkau yang mengijinkan kemudahan datang kepadaku  
dan lepaskanlah kekakuan dari lidah dan ucapanku,  
kerena Engkau adalah sebaik-baik penolong bagiku  
agar tenang dan ikhlas hatiku.  
(Qs. Taha 25-28)

Sesungguhnya setiap perbuatan itu tergantung dari niatnya, dan sesungguhnya setiap orang tergantung dari apa yang diniatkannya. Barang siapa yang berhijrah diniatkan untuk Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya benar-benar untuk Allah dan Rasul-Nya. Dan Barang siapa yang hijrahnya diniatkan untuk harta duniawi yang didupakannya atau wanita yang ingin dinikahnya, maka hijrahnya tergantung dari apa yang dia niatkannya.  
(Muttafaqun alayh)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Untuk Ayahku yang telah bersusah payah mendidik dan membimbingku.  
Dan untuk Ibuku yang telah menanamkan jiwa kejujuran, ketulusan dan cinta ilmu pengetahuan kepadaku.
- Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta

# **PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* YANG DILAKUKAN OLEH BALAI PEMUDA DAN OLAHRAGA YOGYAKARTA**

**Oleh:  
ERİYUS SEPTIADI SYAPUTRA  
10402249002**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *public relations* dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta, dan hambatan yang muncul dari pihak *public relations* dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subyek penelitian terdiri dari beberapa informan yaitu Kepala Balai Pemuda dan Olahraga sebagai informan utama dan didukung oleh Kepala Seksi Pemuda, Kepala seksi Olahraga, dan Pengurus Organisasi Mitra. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian ditemukan bahwa: A. Pelaksanaan *public relations* dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dapat dikatakan sudah berjalan dengan cukup baik. Hal ini dikarenakan Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* telah (1) selalu melibatkan peran serta masyarakat terutama pemuda dalam pelaksanaan kegiatan kepemudaan maupun keolahragaan, (2) mengembangkan bidang-bidang olahraga yang menjadi unggulan pemuda di Yogyakarta, (3) selalu menggunakan asas manfaat dan efisiensi sehingga tidak terjadi pemborosan. Selain itu Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* melakukan kegiatan-kegiatan meliputi: sosialisasi lembaga maupun kegiatan kepada masyarakat, pengadaan tempat-tempat olahraga yang diharapkan dapat mengembangkan potensi pemuda; B. Media yang digunakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta yaitu: Media Internal dan eksternal; C. Hambatan dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga adalah: (1) tidak adanya petugas yang langsung bertugas dibidang kehumasan, (2) tidak ada pernyataan misi dari Balai Pemuda dan Olahraga kepada masyarakat, (3) pengelolaan media yang kurang maksimal.

Kata kunci : *Pelaksanaan public relations, pelayanan*





## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, atas rahmat dan karunia Allah *Subhanallahu wa ta'ala*, sehingga skripsi yang berjudul, “Pelaksanaan *Public Relations* Yang Dilakukan Oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta” dapat terlaksana dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Pendidikan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran di Fakultas Ekonomi UNY.
2. Bapak DR. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang berkenan memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran dan sebagai dosen Pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Bapak Ketua Balai Pemuda dan olahraga telah berkenan memberikan kesempatan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Djihad Hisyam, M.Pd., Dosen Narasumber yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis untuk menyempurnakan skripsi ini
6. Ibu Muslikhah, M.Pd., Dosen Ketua Penguji Yang telah meluangkan waktu dan memberi masukan kepada penulis
7. Bapak Latanggang Ketua seksi Olahraga atas ilmu dan pengalamannya dalam mengelola lembaga
8. Bapak Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tidak ternilai harganya kepada penulis selama belajar di Jurusan Pendidikan Adminisrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

9. Bapak Ibu serta adik-adik dirumah yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang tak terkira sehingga lebih istiqomah dan sabar dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Ustad Fatan atas bimbingan dan arahannya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Santri Madrasah Pendidik Rumah Sajada atas kesetiaannya menemani dengan tawa dan canda yang ceria
12. Teman lingkaran pekanan, Mas Fika, Akh Taat, Akh Sholikin, Akh Fatoni, Akh Arif, dan Akh haris, atas perhatian dan saran diberikan.
13. Keluarga X-Squad FE Akh Adit, ukh Aeni, Ukh Ika, dan Ukh Nisa atas pengalaman ukhuwah yang antum berikan
14. Semua pihak-pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Allah memberkahi dan melimpahkan karunia serta rahmatnya atas semua nikmat yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 09 Maret 2015

Penulis

Eriyus Septiadi Syaputra

10402249002

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>HALAMAN KEASLIAN KARYA .....</b>	iv
<b>MOTTO .....</b>	v
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Perumusan Masalah .....	5
E. Tujuan penelitian.....	6
F. Manfaat penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	8
A. Deskripsi Teori.....	8
1. <i>Public Relations</i> .....	8

2. Peran <i>Public Relations</i> .....	9
3. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	12
4. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	13
5. Publik <i>Public Relations</i> .....	13
6. Manajemen <i>Public Relations</i> .....	15
7. Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	26
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	32
C. Kerangka Pikir .....	33
D. Pertanyaan Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	35
A. Desain Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
C. Definisi Operasional .....	36
D. Subjek Penelitian.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
F. Teknik Analisis Data .....	38
G. Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	40
A. Hasil Penelitian .....	40
1. Gambaran Umum Balai Pemuda dan Olahraga.....	40
2. Deskripsi Data .....	46
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
LAMPIRAN .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	79
Lampiran 2. Hasil Wawancara .....	82
Lampiran 3. Pedoman Observasi .....	104
Lampiran 3. Hasil Observasi .....	107
Lampiran 4. Surat Ijin Penelitian dari FE UNY .....	111
Lampiran 5. Surat Ijin dari SETDA Yogyakarta.....	112
Lampiran 6. Daftar pegawai Balai Pemuda dan Olahraga .....	114
Lampiran 7. Dokumentasi .....	116
Lampiran 8. Brosur Agenda.....	119

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1. Gambar struktur Organisasi .....	44
Gambar 2. Gambar Pondok Pemuda Ambarbinangun .....	117
Gambar 3. Gambar Stadion Mandala Krida .....	117
Gambar 4. Gambar Youth Center Yogyakarta .....	118
Gambar 5. Gambar GOR Amongrogo.....	118
Gambar 6. Gambar Spanduk Kegiatan .....	120
Gambar 7. Gambar poster kegiatan .....	121
Gambar 8. Gambar Website BPO.....	122

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia dalam kehidupan sehari-hari selalu melakukan kegiatan dan aktivitas yang cukup padat yang dilakukan bersama dengan orang lain, mengingat bahwa kebutuhan manusia amat kompleks akan selalu berhubungan dengan kebutuhan orang lain. Demikian pula dengan organisasi atau instansi yang memiliki berbagai kegiatan dan aktivitas dalam melaksanakan tugasnya. lembaga pemerintah sebagai lembaga yang akan selalu berhubungan dengan masyarakat tentu membutuhkan bantuan dari masyarakat dalam berbagai macam kegiatan untuk menunjang keberhasilan lembaga tersebut, sebaliknya juga masyarakat tentu akan sangat membutuhkan pemerintah sebagai pengelola kebijakan yang berkaitan dengan masyarakat. Oleh karena ada kepentingan yang saling membutuhkan tersebut maka hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat harus selalu terjalin dan dijaga oleh keduanya. Pemerintah harus mengetahui keinginan rakyat dan sebaliknya rakyat juga perlu mendukung dan membantu kebijakan dan tugas pemerintah yang bertujuan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur.

Pada penyelenggaraan pemerintahan tugas pemerintah tidak hanya sekedar memberikan pelayanan administratif, tetapi juga harus mampu meningkatkan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Tuntutan ini memberikan konsekuensi tanggung jawab bagi pemerintah, dalam hal ini



adalah pemerintah daerah yaitu untuk meningkatkan kemampuan di dalam mengkomunikasikan seluruh kebijakan yang telah dibuat kepada masyarakat. Selain itu, diperlukan pula kegiatan untuk mempromosikan potensi yang dimiliki kepada masyarakat umum, seiring dengan meningkatnya dinamika masyarakat dan tuntutan keterbukaan informasi, maka dalam menghadapi kondisi yang seperti ini, maka sudah selayaknya lembaga pemerintah daerah mendapatkan sentuhan aspek kehumasan atau *public relations*.

Hubungan Masyarakat yang dewasa ini sering disebut dengan *Public Relations (PR)*. Secara struktural *public relations* merupakan bagian integral dari sebuah organisasi. *public relations* adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi sukses tidak organisasi tersebut. Dari pihak organisasi, komunikasi ini ditunjukan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan demi tercapainya tujuan kebijakan maupun tindakan organisasi. *public relations* yang merupakan bagian dari fungsi manajemen, sangat strategis untuk mengoptimalkan penyelenggaraan pemerintah daerah baik di bidang pelayanan masyarakat maupun dalam membangun dan mengoptimalkan partisipasi masyarakat, dilanjutkan pula bahwa partisipasi dan pencitraan dari masyarakat akan terbagun jika masyarakat memiliki kepercayaan yang tinggi kepada pemerintah.

Kepercayaan akan tumbuh jika pemerintah daerah mampu membangun hubungan baik dengan masyarakatnya. Hubungan tersebut

tidak sekedar relasi tetapi, hubungan yang mampu menjalin efektivitas komunikasi untuk mewujudkan kesepahaman. Oleh karena itu, pemerintah daerah sudah seharusnya meningkatkan kepedulian terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat dengan begitu, artinya pemerintah harus mampu menyerap aspirasi masyarakat untuk mendukung kelancaran penyelenggaraan pemerintah.

Di dalam menjalankan fungsi *public relations* lembaga pemerintah daerah membuat bidang khusus di setiap lembaga pemerintah yang menangani kegiatan *public relations*. Kedudukan *public relations* sesungguhnya adalah membantu pimpinan dalam membina dan mengamankan hubungan yang harmonis antar lembaga pemerintah dengan publiknya, maka kinerja *public relations* dalam sebuah organisasi atau instansi mutlak dilakukan untuk menumbuhkan dan menetapkan nilai-nilai yang baik atau pencitraan positif instansi tersebut dimata masyarakat. Sedangkan kedudukan humas secara internal adalah sebagai jembatan komunikasi antar pimpinan dengan pegawai, dan secara eksternal sebagai perantara antara organisasi dengan pihak luar.

Humas atau *public relations* pemerintah dewasa ini menghadapi tantangan yang berat yaitu membangun *bergaining position* di masyarakat karena jarang sekali ada pemberitaan di pers yang mau mengangkat keberhasilan pemerintah dalam hal ini adalah Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta. Untuk menyikapinya maka diperlukan peningkatan fasilitas pelancaran arus informasi dari pemerintah kepada

masyarakat dan sebaliknya, meningkatkan dan menyebarluaskan informasi dan peningkatan profesionalisme petugas *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga. Dalam pelaksanaan tugas dan fungsi *public relations* terdapat kendala yang dari masalah struktur dan organisasi *public relations*, kultur kerja praktisi atau pejabat *public relations* yang masih kurang strategis, dan belum ditunjang dengan sarana kerja yang memadai, kondisi sumber daya manusia (SDM) *public relations* pemerintah belum memenuhi kualifikasi sebagai petugas *public relations* yang profesional, dan kebutuhan akan keterbukaan dan transparansi informasi dari masyarakat semakin meningkat terhadap lembaga pemerintah dalam hal ini adalah Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.

Untuk mengetahui dan memahami bagaimana *public relations* melakukan pelayanan kepada masyarakat, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang ada dengan judul “Pelaksanaan *Public Relations* yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, ada beberapa permasalahan yang diidentifikasi, yaitu :

1. Kedudukan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta yang belum strategis?
2. Sarana penunjang kegiatan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta belum memadai?

3. Sumber daya manusia yang menangani *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga belum memadai
4. Pelaksanaan *public relations* oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta yang masih belum melaksanakan pelayanan secara optimal kepada masyarakat.

### **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat luas dan kompleksnya permasalahan yang ada serta keterbatasan tenaga dan waktu maka penelitian ini dibatasi pada Pelaksanaan *public relations* oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta yang masih belum melaksanakan pelayanan secara optimal kepada masyarakat.

### **D. Perumusan Masalah**

Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Mengapa pelaksanaan *public relations* oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta yang masih belum melaksanakan pelayanan secara optimal kepada masyarakat.
2. Hambatan-hambatan apa saja yang muncul dalam pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta ?

## **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

### **1. Secara Teoritis**

Untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan tentang *Public Relations* serta sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian yang sejenis.

### **2. Secara Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi Balai Pemuda dan Olahraga dalam upaya mengembangkan strategi *public relations* yang lebih efektif.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana pengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang *public relations*.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan koleksi berupa bahan pustaka dan bacaan bagi mahasiswa jurusan

Pendidikan Administrasi Perkantoran pada khususnya dan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta pada umumnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. *Public Relations*

Keberadaan suatu organisasi sangat tergantung pada hubungan yang baik dengan orang-orang yang menjadi publiknya yang memiliki pengaruh terhadap kelancaran kegiatan organisasi. Oleh karena itu, *public relations* akan senantiasa dibutuhkan sebagai upaya membina hubungan baik antara organisasi dengan publiknya.

IPRA (*The International Public Relations Associations*) memberikan definisi *Public relations* yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (1989:21) bahwa:

“*public relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.”

Beberapa ahli di bawah ini telah memberikan berbagai definisi mengenai *public relations* seperti Cutlip Center dan Broom (2011:6) “*public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.”

Ibnu Syamsi (1980:8) menjelaskan bahwa *public relations* adalah “kegiatan organisasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat agar mereka mendukungnya dengan sabar dan sukarela”

Frank Jefkins (2003:10) menjelaskan bahwa “*public relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Berdasarkan beberapa definisi *public relations* yang disampaikan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi atau lembaga dalam rangka mengorganisasikan dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian dan menjalin hubungan baik antara organisasi dengan khalayak sasaran, sehingga tercipta suatu kondisi yang saling menguntungkan.

## **2. Peran *Public Relations***

Berbicara mengenai peran *public relations*, dapat dijelaskan secara sederhana bahwa *public relation* memiliki peran sebagai menghubungkan organisasi dengan publik di dalam maupun di luar organisasi. Peran *public relation* pada dasarnya menggabungkan semua pihak atau publik di dalam maupun di luar organisasi agar



dapat bekerja sama dengan baik sehingga organisasi tersebut mencapai tujuan organisasinya.

Rusady Ruslan (2005:10) menyatakan peran utama *public relations* pada intinya meliputi:

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan publiknya.
- c. Peran *back-up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *corporate image*, artinya peran *public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

apabila dipaparkan secara rinci, empat peran utama humas (*communicator, relationship, back up management, dan corporate image*) tersebut adalah sebagai berikut.

*Pertama*, bertindak sebagai *communicator* dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). Dalam hal ini, di satu pihak melakukan fungsi komunikasi merupakan bentuk penyampaian informasi, dilain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik (*public opinion*).

*Kedua*, membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal, khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*mutually understanding*) dan saling memperoleh

manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga/organisasi perusahaan dan publiknya.

*Ketiga*, peranan *back up management* yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. Dalam ilmu manajemen menurut Currier dan Filley (Rosady Ruslan, 2005: 9), dikatakan bahwa istilah fungsi menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan terpisah dari tahapan dengan pekerjaan lain. Hal tersebut sama halnya dengan fungsi *public relations* yang dijabarkan dalam subbab berikutnya. Sehingga fungsi *public relations* melekat pula dalam fungsi manajemen. Untuk mencapai tujuan dari fungsi manajemen, menurut teori bahwa proses manajemen melalui tahapan yang terkenal yaitu POAC, adalah singkatan dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan), dan *controlling* (pengawasan). Lalu diikuti unsur lain yang terlibat dalam proses melakukan komunikasi dua arah untuk menunjang kegiatan bagian (departemen) lainnya.

*Keempat*, menciptakan citra perusahaan atau lembaga (*corporate image*) yang merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktivitas program kerja *PR campaign* (kampanye PR), baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. Peranan *public relations* mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk *relations* arti sempit, karena

*personal relations* mempunyai peranan yang cukup besar dalam melakukan kampanye *public relations*.

### **3. Fungsi *Public Relations***

Fungsi *public relations* menurut Bertrand R. Canfield yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (1989:137), meliputi : “a) Mengabdikan kepada kepentingan umum, b) Memelihara komunikasi yang baik, dan c) Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik”

Lalu menurut Edward L. Bernay yang dikutip oleh Rosady Ruslan (2012:18) fungsi *public relations* adalah : “a) Memberikan penerangan kepada publik, b) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan publik secara langsung, c) Mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan publik atau sebaliknya”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi *public relations* adalah memberikan penerangan kepada masyarakat dengan melakukan berbagai upaya untuk membina hubungan baik dengan publik dan menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik, mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi mewujudkan citra positif bagi organisasi.

### **3. Tujuan *Public Relations***

Tujuan utama kegiatan *public relations* adalah membangun kredibilitas dan memelihara hubungan baik antara organisasi dengan publik sasaran.

Menurut Rusady Ruslan (2005:39), “tujuan *public relations* adalah mengembangkan atau membangun hubungan baik, tidak hanya dengan pers tetapi dengan berbagai pihak luar.”

Sedangkan menurut S.K Bonar (1993:21) “tujuan *public relations* adalah sebagai berikut: a) *Public understanding* (Pengertian publik), b) *Public confidence* (kepercayaan publik), d) *Public support* (dukungan publik), d) *Public Cooperation* (kerjasama publik)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan *public relations* adalah mengembangkan atau membangun hubungan baik dengan pers dan berbagai pihak luar atau kalangan yang terkait.

### **4. Publik *Public Relations***

Berbicara mengenai *public relations* tentunya tidak dapat dilepaskan bahasan tentang publik organisasi, terutama dalam pembahasan kali ini yang menjelaskan bahwa seorang *public relation* pasti akan selalu berhubungan dengan pihak-pihak yang mempunyai kaitan kepentingan dengan organisasi tempatnya bekerja. Untuk itu, bahasan mengenai publik organisasi menjadi penting dalam bab ini.

Sekaligus memberikan gambaran tentang publik dari sebuah organisasi.

Pada dasarnya publik merupakan khalayak sasaran komunikasi yang disebut juga *stakeholders*. *Stakeholders* sendiri adalah kelompok yang memiliki kepentingan dalam aktivitas organisasi dan karena memiliki kepentingan, maka kelompok-kelompok tersebut mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian sebuah organisasi. Apabila ditinjau, kehadiran publik sebuah organisasi baik internal maupun eksternal sangat penting dan memiliki keterkaitan erat dengan pencapaian keberhasilan organisasi. Untuk itu, perlu membina hubungan baik dengan publiknya.

Reinald Kasali (1994: 11) menyebutkan Pembagian publik dalam ruang lingkup *public relations* berdasarkan karakteristiknya adalah sebagai berikut :

1. Publik Internal dan Publik Eksternal  
Publik internal adalah pihak-pihak yang berada di dalam organisasi, misalnya karyawan, satpam, supervisor, pimpinan, dan sebagainya. Sedangkan publik eksternal adalah pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi dan berada diluar organisasi. Misalnya bank, dinas, komunitas, dan pers.
2. Publik Primer, Sekunder, dan Marjinal  
Tidak semua elemen *stakeholders* perlu diperhatikan oleh organisasi. Organisasi perlu menyusun kerangka prioritas. Yang paling penting dikatakan sebagai publik primer, yang kurang penting dikategorikan sebagai publik sekunder dan publik yang diabaikan adalah publik marjinal.
3. Publik Tradisional dan Publik Masa Depan  
Karyawan dan konsumen adalah publik tradisional, sedangkan mahasiswa, peneliti, konsumen potensial, pejabat pemerintah (Madya) adalah publik masa depan.
4. *Proponents, Opponents, dan Uncommitted*

Di antara publik terdapat kelompok yang menentang organisasi (*opponents*), yang memihak (*proponents*), dan ada yang tidak peduli (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal publik yang berbeda-beda ini agar dapat dengan jernih melihat permasalahan.

5. *Silent Majority dan Vocal Minority*

Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan *complaint* atau mendukung organisasi, dapat dibedakan antara vocal (aktif) dan yang *silent* (pasif). Publik penulis disurat kabar umumnya adalah *the vocal minority*, yaitu aktif menyuarakan pendapatnya, namun jumlahnya tak banyak. Sedangkan mayoritas pembaca adalah pasif sehingga tak kelihatan suara atau pendapatnya.

## 5. Strategi *Public Relations*

### a. Defenisi Strategi

Strategi merupakan proses penentuan rencana jangka panjang yang berfokus kepada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai oleh organisasi tersebut.

Menurut Scott M. Cutlip (2011:352) “strategi adalah perencanaan dan pemrograman dalam membuat keputusan mendasar yang akan dilakukan, dan prosedur dalam rangka mengantisipasi problem atau peluang”.

Sedangkan menurut Jim Lukaszewski (1998:10) “Strategi adalah kekuatan penggerak dalam setiap bisnis atau organisasi.”

Berdasarkan pengertian strategi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah kekuatan intelektual yang membantu

mengorganisir, memprioritaskan, dan memberi energi kepada mereka yang melakukan.

**b. Strategi *Public Relations***

Strategi dalam praktik biasanya mengacu pada konsep, pendekatan atau rencana umum untuk program yang didesain guna mencapai tujuan. Agar tujuan dapat tercapai, maka dibutuhkan strategi yang tepat. Begitu juga dengan kegiatan *Public relations* yang membutuhkan strategi dalam menjalankan sesuatu. Strategi adalah cara yang dilakukan untuk dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai dengan rencana yang sudah dipersiapkan dan diperhitungkan secara matang.

Menurut Scoot M. Cutlip & Allen H.Center (2011: 321) menjelaskan bahwa: “ada 4 prinsip dasar dalam proses strategi *public relations* yaitu: menyusun semua fakta melalui riset, menyusun rencana, mengambil tindakan, dan mengevaluasi program”.

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa proses manajemen *public relations* terdapat empat langkah yang dilakukan sebelum menyusun program kegiatan. Untuk tahap pertama mendefinisikan masalah atau peluang, *public relations* terlebih dahulu menganalisis terkait informasi yang dibutuhkan seperti:

pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku khalayak serta problem yang dialami oleh khalayak sasaran. Dalam kegiatan analisis seseorang dapat mendefinisikan dan memperbaiki pernyataan problem secara jelas dan spesifik, biasanya proses definisi ini dimulai dengan pernyataan problem tentatif, yang diikuti dengan investigasi atas situasi, kemudian dilakukan perbaikan definisi problem, dan seterusnya. Analisis situasi menghasilkan informasi yang ada pada buku fakta, yang berisikan informasi terkait dengan khalayak sasaran. Dalam analisis situasi terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan oleh praktisi *public relations* yaitu : faktor internal meliputi: kebijakan, prosedur, dan tindakan organisasi yang berhubungan dengan situasi problem. Sedangkan faktor eksternal merupakan pengumpulan informasi tentang khalayak sasaran. Dalam proses analisis situasi dapat menggunakan beberapa metode diantaranya adalah: Metode informal atau eksplorasi dan metode formal.

Metode informal merupakan metode yang paling banyak dipakai oleh praktisi *public relations* karena pada tahap ini informasi masih bersifat abstrak atau belum jelas. Di bawah ini dijelaskan beberapa metode informal yang dipakai dalam *public relations*, meliputi :

- a. Kontak Personal



Kontak personal digunakan untuk meneliti secara bebas dalam semua jenis dan kondisi orang.

b. Informan Kunci

Informan kunci merupakan metode yang dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam tentang isu dan dapat mewakili pandangan orang lain

c. Kelompok Fokus dan Forum Komunitas

Metode jenis ini untuk mengeksplorasi bagaimana orang akan bereaksi terhadap suatu isu untuk mendapatkan informasi yang berguna untuk menyusun program.

d. Komite dan Dewan Penasehat

Komite dan Dewan Penasehat memberikan informasi berupa petunjuk yang sangat berharga, tetapi mereka tidak dapat menggantikan pendekatan formal untuk menentukan distribusi opini dan reaksi dari publik sasaran.

e. Ombudsman dan Pejabat Ombuds

Pejabat ombuds adalah orang yang mendengarkan perhatian dari publik internal organisasi, sehingga dalam menganalisis situasi dapat melalui pejabat ombuds.

f. Saluran Telepon Bebas

Saluran Telepon Bebas digunakan umpan balik langsung untuk memonitor keluhan dan kepentingan berbagai publik.

g. Analisis Surat

Metode ini menjadi langkah hemat untuk mengumpulkan informasi, analisi surat menjadi analisis periodik atas surat yang masuk karena menyediakan kebutuhan informasi tentang yang disukai dan tidak disukai oleh sasaran organisasi.

h. Sumber Online

Metode analisis Informal melalui sumber online menjadi perlu karena informasi yang ada di internet bisa berpotensi mempengaruhi, menarik perhatian pembuat aturan, dan meningkatkan dan menurunkan citra.

i. Laporan Lapangan

Metode laporan lapangan hanya berfungsi baik sebagai peringatan dini untuk mendeteksi situasi yang mungkin membutuhkan investigasi lebih lanjut.

Metode Formal memiliki tujuan adalah mengumpulkan informasi yang akurat dan bermanfaat. Berikut ada beberapa metode dalam pelaksanaan analisis formal, meliputi:

a. Analisis Sekunder dan Database Online

Pendekatan jenis ini digunakan untuk mengakses atau mencari berita dan publikasi teknis, pelayanan informasi bisnis, catatan pemerintah, dan transkrip siaran.

b. Analisis Isi

Analisis isi adalah aplikasi prosedur untuk menentukan secara objektif apa yang dilaporkan dalam media.

c. Survei

Survei adalah penelitian sistematis terhadap populasi yang dikaji. Survei dapat dilakukan dengan cara tatap muka, telepon dan online.

Mengumpulkan informasi baik dengan metode informal maupun metode formal sangat dibutuhkan untuk memahami dan mendefinisikan situasi dan masalah *public relations*.

Setelah problem atau peluang *public relations* didefinisikan melalui riset dan analisis. Langkah selanjutnya adalah menyusun strategi yang dapat mengatasi problem atau memperbesar peluang tersebut. Manajemen *public relations* merupakan perencanaan dan

pemrograman, membuat strategi mendasar tentang tujuan dan langkah dalam rangka mengantisipasi problem dan membuka peluang.

Strategi harus di dasarkan pemikiran strategis yang sistematis dan runtut. Pemikiran strategis adalah memprediksi atau menentukan tujuan masa depan yang diharapkan, menentukan kekuatan yang dapat membantu atau menghalangi dalam upaya mencapai tujuan, dan merumuskan rencana.

Secara sederhana cutlip (2011:352) menjelaskan bahwa: “perencanaan strategis dalam *public relations* melibatkan pembuatan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, mengidentifikasi publik kunci, menentukan kebijakan atau aturan untuk memandu pemilihan strategi, dan menentukan strategi.”

Lebih lanjut menurut Frank Jefkin (1997:57) terdapat 6 model perencanaan dalam strategi *public relations*, yaitu: “ 1) Pengenalan situasi, 2) Penetapan tujuan, 3) Defenisi khalayak, 4) Pemilihan media dan teknik-teknik *public relations*, 5) Perencanaan anggaran, 6) Pengukuran hasil”.

Sedangkan menurut Firsan Nova (2011: 52-53) menyatakan bahwa strategi *Public Relations* terdiri dari :

1. *Publication*

Setiap fungsi dan tugas *Public Relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media mengenai kegiatan dan aktifitas perusahaan yang layak diketahui oleh publik. Dalam hal ini tugas *Public Relations* adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak media (pers atau wartawan) dengan tujuan menguntungkan citra perusahaan yang diwakilkannya.

2. *Event*

Merancang *event* dengan tujuan memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

3. *News*

Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dll. oleh karena itu seorang *Public Relations* harus mempunyai kemampuan menulis yang baik untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang *Public Relations* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok publik tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations and human relations*) antara publik dengan perusahaan yang diwakilinya.

5. *Inform or build image*

Salah satu fungsi utama dari *Public Relations*, yaitu memberikan informasi kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

6. *Lobbying and negotiation*

Ketrampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *Public Relations*. Tujuan lobi adalah untuk meraih kesepakatan (*deal*), atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

7. *Social Responsibility*

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktifitas *Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap publik. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Bentuknya beragam, seperti kegiatan peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis, dan masih banyak kegiatan lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, berikut adalah uraian langkah-langkah dalam perencanaan dan pemrograman dalam mengembangkan program strategis *public relations*,:

1. Mengidentifikasi peran dan misi.

Berarti menentukan sifat dan cakupan kerja yang akan dilakukan.

2. Menentukan area hasil utama.

Berarti menentukan dimana tempat menginvestasikan waktu, energi, dan bakat.

3. Mengidentifikasi dan menspesifikasi indikator efektivitas.

Berarti menentukan faktor yang dapat diukur sebagai dasar penentuan sasaran.

4. Memilih dan menentukan sasaran.

Berarti menentukan hasil yang ingin dicapai.

5. Menyiapkan rencana aksi.

Berarti menentukan bagaimana langkah untuk mencapai sasaran spesifik. Dalam menyiapkan aksi ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. Pemrograman. Menentukan urutan tindakan dalam mencapai sasaran.

- b. Penjadwalan. Menentukan waktu yang diperlukan untuk langkah-langkah aksi dan sasaran.
- c. Anggaran. Menentukan dan menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran.
- d. Menetapkan akuntabilitas. Menentukan siapa yang akan mengawasi pencapaian sasaran dan langkah-langkah aksi.
- e. Mereview dan merekonsiliasi. Menguji dan merevisi rencana tentatif, jika diperlukan, sebelum melakukan aksi.

6. Menetapkan kontrol.

Berarti memastikan pencapaian sasaran secara efektif.

7. Berkomunikasi.

Berarti menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman dan komitmen.

8. Implementasi.

Berarti menentukan pendekatan yang akan digunakan, pihak-pihak yang dilibatkan, dan langkah aksi yang perlu diambil segera.

Langkah ketiga dalam proses manajemen adalah mengarahkan program *public relations* ke dalam implemetasi. Tahap ini berlaku untuk pencarian fakta dan perencanaan strategis dari dua langkah sebelumnya. Setelah problem didefinisikan dan solusi ditemukan maka langkah selanjutnya adalah aksi dan komunikasi dalam pelaksanaan program *public relations*.

Bagian *public relations* bertanggung jawab atas berbagai isu publik dan isu keamanan karyawan, kesetaraan, dan isu lingkungan. Selain itu juga *public relations* dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan keputusan organisasi. Rencana program yang telah disusun perlu dikemas dalam aksi yang tepat dan komunikasi yang baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi organisasi.

Strategi aksi merupakan bagian utama dari program tetapi hanya sebagian dari seluruh program *public relations* yang tidak kelihatan dipermukaan. Komunikasi yang biasanya merupakan komponen yang lebih tampak, berfungsi untuk menginterpretasikan dan mendukung aksi.

Langkah selanjutnya dalam pelaksanaan program *public relations* adalah evaluasi program. Evaluasi adalah proses terus menerus yang dilakukan untuk mengukur pelaksanaan program. Adapun tahap-tahap dalam proses evaluasi program perlu dilakukan untuk menilai efektifitas program.



Evaluasi penting dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari pelaksanaan program *public relations*. Scott M. Cutlip (2011:420) menjelaskan ada 3 (tiga) tahapan dalam mengevaluasi program *public relations*, yaitu : “1) Evaluasi persiapan, 2) Evaluasi implementasi, dan 3) Evaluasi dampak.”

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat di uraikan bahwa proses evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan *public relations* adalah evaluasi pada persiapan.

## **6. Aktivitas *Public Relations***

*Public Relations* Pada dasarnya merupakan aktivitas menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya. Pelaksanaan kegiatan *public relations* merupakan implementasi dari tugas *public relations* untuk mencapai tujuan serta menjalankan fungsi dan peranannya secara menyeluruh. Kegiatan *public relations* pada hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai simbol komunikasi baik verbal maupun non verbal.

Menurut *The British Institute of Public Relations* yang dikutip oleh Ruslan (2012:40) aktivitas *public relations*, Pengertian aktivitas humas adalah

*“Management of communications between an organization and its publics”* atau dapat diartikan bahwa aktivitas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya. Lebih lanjut praktik *public relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan

menjaga saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.”

Menurut Firsan Nova (2011:51-52) menjelaskan bahwa proses pelaksanaan kegiatan *public relations* selalu dimulai dengan penelitian dan diakhiri dengan penelitian pula. Berikut ini adalah langkah dalam proses *public relations* yaitu :

a. Mendefinisikan Permasalahan

Pada tahap ini berisikan kegiatan mencari atau mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan suatu kegiatan atau tindakan. Selain itu pada tahap ini pula dilakukan pemantauan dan membaca opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan organisasi

b. Perencanaan dan Program

Berdasarkan fakta atau data yang telah diperoleh selanjutnya seorang praktisi *public relations* membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi permasalahan-permasalahan itu. Untuk memperoleh hasil yang diharapkan maka komunikasi itu harus baik disamping menyesuaikan anggaran yang diperlukan. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan meliputi :

1) *Encoder* (komunikator)

2) Pesan

3) Media

4) Komunikasi

c. Aksi dan Komunikasi

Pada tahap ini seorang praktisi *public relations* melaksanakan semua perencanaan yang telah disusun serta dikaitkan dengan tujuan dan sasaran yang spesifik.

d. Evaluasi Program

Evaluasi diperlukan untuk menilai suatu kegiatan sudah tercapai, perlu dilakukan kembali operasi, atau perlu menggunakan cara lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Hal lain juga disampaikan oleh Rusady Ruslan (2012:22) yang menyebutkan bahwa aktivitas utama *public relations* dilapangan mencakup sebagai berikut : “1) Mengevaluasi sikap atau opini publik, 2) Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya, 3) Merencanakan dan melaksanakan penggiatan aktivitas *public relations*”.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui setidaknya ada sepuluh kategori yang meringkaskan aktivitas yang dilakukan oleh praktisi *public relations* di tempat kerja, meliputi:

a. Menulis dan mengedit

Menyusun rilis berita dalam bentuk cetak atau siaran, surat kabar untuk karyawan dan *stakeholders* eksternal,

korespondensi, pesan website dan pesan media online lainnya, laporan tahunan, pidato, brosur, film dan artikel publikasi perdagangan, iklan, dan materi-materi pendukung teknis lainnya.

b. Hubungan Media dan Penempatan Media

mengontak media koran, majalah, suplemen mingguan, dan publikasi perdagangan agar mereka memublikasikan atau menyiarkan berita tentang organisasi itu sendiri atau oleh orang lain. Merespons permintaan informasi oleh media, memverifikasi berita, dan membuka akses.

c. Riset

Mengumpulkan informasi tentang opini publik, tren, isu yang sedang muncul, iklim politik dan peraturan perundangan, liputan media, opini kelompok kepentingan dan pandangan-pandangan lain berkenaan dengan *stakeholder* organisasi. Mencari database di internet, jasa online dan data pemerintah elektronik. Mendesign riset program, melakukan survei dan menyewa perusahaan riset.

d. Manajemen dan Administrasi

Pemrograman dan perencanaan dengan bekerja sama dengan manager lain; menentukan kebutuhan, menentukan prioritas, mendefinisikan publik, setting dan tujuan, dan

mengembangkan strategi dan taktik. Menata personal, anggarann dan jdwal program.

e. Konseling

Memberi saran kepada manjemen dalam masalah sosial, politik, dan peraturan; berkonsultasi dengan tim manajemen mengenai cara menghindari atau merespon krisis; dan bekerja bersama pembuat keputusan kunci untuk menyusun strategi untuk mengelola atau merespons isu-isu yang sensitif dan kritis.

f. Acara Spesial

Mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba lari, konvensi, *open house*, pemotongan pita dan *grand opening*, perayaan ulang tahun, acara pengumpulan dana, mengunjungi tokoh tokoh terkemuka, mengadakan kontes, program penghargaan, dan kegiatan khusus lainnnya.

g. Pidato

tampil di depan kelompok, melatih orang untuk memberi kata sambutan dan mengelola biro juru bicara untuk menjelaskan platform organisasi di depan audien penting.

h. Produksi

Membuat saluran komuikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia, termasuk seni, tipografi,

fotografi, tata letak, perekaman audio dan video dan editing ; dan menyiapkan presentasi audiovisual.

i. Training:

Mempersiapkan eksekutif dan juru bicara lain untuk menghadapi media dan tampil di hadapan publik. Memberi petunjuk kepada orang lain di dalam organisasi untuk meningkatkan keahlian menulis dan berkomunikasi. Membantu memperkenalkan perubahan dalam kultur, kebijakan, struktur dan proses organisasional.

j. Kontak

Bertugas sebagai penghubung dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Sebagai mediator antara organisasi dan *stakeholder* penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik, dan menjalin kesepakatan. Sebagai tuan rumah dengan melakukan pertemuan dan jamuan untuk tamu dan pengunjung.

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

1. Ivana Mandasari dalam skripsinya yang berjudul “Pelaksanaan *Public Relations* Dalam Meningkatkan Arus Kunjungan Wisatawan Domestik Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul” yang dilaksanakan pada tahun 2009 dengan menggunakan pendekatan kualitatif. menyimpulkan bahwa *public relations* sangat membantu dalam meningkatkan arus kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.
2. Novie Ayu Mariana dalam skripsinya yang dilaksanakan pada tahun 2012 dengan menggunakan pendekatan kualitatif, skripsinya berjudul “Peran dan Strategi *Public Relations Melalui Corporate Social Responsibility*” menyimpulkan bahwa *public relations* dalam komunikasi *corperate social responsibility* sangat dibutuhkan dalam menentukan tujuan tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh organisasi. Begitu pula dengan *public relations* di BNI Syariah yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan publik disekitar kantor pusat dan cabang melalui pelaksanaan CSR. Hal ini dikarenakan publik di sekitar perusahaan juga dapat mempengaruhi eksistensi perusahaan, baik di wilayah maupun di dalam dunia bisnis.
3. Retno Wulan Dari dalam skripsinya yang berjudul “Peran *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Positif Keraton Surakarta” yang dilaksanakan pada tahun 2009 dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif, menyimpulkan

bahwa *public relations* sangat penting dalam rangka mempertahankan citra positif keraton walaupun dalam keadaan konflik. Ditandai dengan ditempatkannya bagian humas dimasing-masing pihak kerabat keraton Surakarta.

### **C. Kerangka Pikir**

*Public Relations* merupakan suatu manajemen komunikasi yang dilaksanakan oleh suatu organisasi atau lembaga dalam rangka mengorganisasi dan mengkomunikasikan segala sesuatu guna mencapai saling pengertian dan menjalin hubungan baik antara organisasi dengan publiknya baik intern maupun ekstern, sehingga tercipta suatu opini publik yang positif yang dapat memberikan keuntungan bagi organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

Mengingat tugas *public relations* sangat berpengaruh pada tercapainya tujuan dari organisasi, maka dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana manajemen *public relations* yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan sampai pada tahap evaluasi dari kegiatan *public relations* yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.

### **D. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi ?



- a. Pelaksanaan *public relations* dalam mengumpulkan dan menyusun fakta
  - b. Pelaksanaan *public relationsi* dalam menyusun rencana
  - c. Pelaksanaan *public relations* dalam mengambil tindakan dari rencana yang telah disusun, dan
  - d. Pelaksanaan *public relations* dalam mengevaluasi program.
2. Apakah hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami yang tidak berusaha untuk mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel yang lain di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan satu variabel dengan variabel yang lain. Jadi pada penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan fakta serta keterangan-keterangan yang diketahui tanpa mengadakan perlakuan khusus terhadap data-data penelitian yang didapat.

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

###### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga Balai Pemuda dan Olahraga dengan alamat Suryoputran, Ngadiwinatan KT II/23 Yogyakarta

###### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 – 28 oktober 2014.

### **C. Definisi Operasional**

*Public relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Jadi *public relations* adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan *public relations* sama sekali tidak dapat dilakukan secara sembarangan atau mendadak.

### **D. Informan Penelitian**

Subjek penelitian yang dipilih adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi lebih kaya dan mendalam, sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini, informan terdiri dari pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan dengan permasalahan ini. Informan utama adalah pimpinan balai sebagai pimpinan tertinggi di lingkup Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta, dan informan pendukung adalah Kepala Seksi yang mengurus bidang kepemudaan, dan kepala seksi yang mengurus bidang keolahragaan. Informan penelitian ini yang akan diambil data dan keterangan maupun informasi untuk keperluan penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik agar memperoleh data yang lengkap. Adapun teknik-teknik yang digunakan sebagai berikut.

### 1. Observasi

Merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan data yang ada di lapangan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan sambil mencari informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kegiatan observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai media komunikasi yang digunakan, dan perangkat evaluasi kegiatan

### 2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini berusaha menggali data dan informasi keterangan, penjelasan dari informasi penelitian. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang memuat permasalahan pokok dalam penelitian. Sedangkan teknik wawancara yang digunakan adalah bebas terpimpin, yaitu cara mengajukan pertanyaan dikemukakan secara bebas, artinya kalimat tidak terpaku pada pedoman wawancara tentang masalah-masalah pokok penelitian, kemudian dapat diperdalam dan dikembangkan sesuai dengan kondisi lapangan. Pedoman wawancara digunakan sebagai pengontrol agar tidak terjadi penyimpangan masalah yang akan diteliti. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang diyakini mempunyai informasi yang dapat dipercaya tentang peran humas. Pihak-pihak tersebut adalah bagian *public relations* atau orang yang berwenang dalam masalah yang akan diteliti.

### 3. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan dokumentasi akan dilakukan peneliti sejak peneliti berada di lapangan. Metode ini digunakan untuk memperkuat data dari hasil wawancara. Dokumentasi tersebut antara lain berupa struktur organisasi, peta atau lokasi, sejarah kantor dan perkembangannya.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Untuk memperoleh data yang relevan dan lengkap, penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Reduksi data**

Adalah proses pemulihan, pemusatan, perhatian kepada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasikan dari data kasar yang muncul pada catatan tertulis di lapangan. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir.

##### **2. Penyajian Data**

Penyajian data ini dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penyajian data cenderung kognitif manusia adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan yang mudah dipahami. Penyajian ini dapat dilakukan dengan menyusun matriks,

grafik atau bagian untuk menggabungkan informasi sehingga mencapai analisis kualitatif yang valid.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Pada penarikan kesimpulan, peneliti dari awal mengumpulkan data dan mencari arti data yang di kumpulkan, setelah data disajikan. Peneliti dapat memberikan makna, tafsiran, argumen membandingkan data dan mencari hubungan antara satu komponen dengan komponen lain.

## **G. Teknik Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber dan metode. Teknik triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian yaitu dari Kepala Balai, Ketua seksi olahraga, dan Ketua seksi kepemudaan. Sedangkan triangulasi metode merupakan cara membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dengan dokumentasi. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan diakui kebenarannya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Pada bab ini akan disajikan secara berturut-turut mengenai laporan hasil penelitian yang telah dilakukan meliputi gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian.

##### **1. Gambaran Umum Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta**

Balai Pemuda dan Olahraga didirikan dengan tujuan untuk mewujudkan pemuda yang beriman, bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, Berakhlak mulia, sehat, cerdas, kreatif, inovatif, mandiri, demokratis, bertanggung jawab, berdaya saing, serta memiliki jiwa kepemimpinan, kewirausahaan, kepeloporan, dan kebangsaan berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berdasarkan tujuan tersebut maka dibentuklah sebuah badan lembaga yang bertugas untuk pembangunan kepemudaan dan keolahragaan yaitu Balai Pemuda dan Olahraga sebagai Unit Pelaksana Teknis dari Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga. Pada awal pendiriannya Balai Pemuda dan Olahraga menggunakan nama Balai Pembinaan Pemuda dan Olahraga sampai pada tahun 2008 nama tersebut kemudian diganti dengan nama Balai Pemuda

dan Olahraga sampai saat ini. Pengesahan nama Balai Pemuda dan Olahraga ditandai dengan keluarnya Peraturan Gubernur Nomor 41 tahun 2008.

Balai Pemuda dan Olahraga dibentuk berdasarkan Pergub Nomor 41 Tahun 2008, sedang mengenai tugas pokok dan fungsi Balai Pemuda dan Olahraga dijabarkan dalam Peraturan Gubernur Nomor 41 Tahun 2008. Balai Pemuda dan Olahraga terletak di Suryoputran KT II/23 Alun-alun Selatan Yogyakarta. Balai Pemuda dan Olahraga merupakan unsur pelaksana pemerintah provinsi di bidang pembinaan pemuda dan olahraga yang menjadi bagian dalam struktur Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Yogyakarta, dipimpin oleh seorang kepala balai yang berada dibawah dan tanggung jawab kepala dinas pendidikan pemuda dan olahraga.

**a. Visi dan Misi Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta**

Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaannya memiliki visi dan misi yang menunjang tugas-tugas dari Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga. Untuk itu dibawah ini akan disampaikan visi dan misi dari Balai Pemuda dan Olahraga :

**VISI**

Menjadi katalisator terwujudnya masyarakat pendidikan yang kompetitif



## MISI

1. Meningkatkan pelayanan intern rumah tangga dalam mendukung Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga.
2. Meningkatkan pemerataan, peningkatan mutu, relevansi dan efisiensi pendidikan.
3. Meningkatkan pembinaan di bidang pemuda, dan olahraga.

### **b. Tugas Pokok dan Fungsi Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.**

Tugas pokok Balai Pemuda dan Olahraga sebagai unit pelaksana teknis dinas di bidang kepemudaan dan keolahragaan (Berdasarkan Pergub No. 41 tahun 2008).

Sedangkan fungsi Balai Pemuda dan Olahraga Daerah Istimewa Yogyakarta, meliputi :

1. Penyusunan program Balai Pemuda dan Olahraga
2. Penyusunan kebijakan teknis di bidang pemuda dan olahraga
3. Pembinaan kepemudaan dan keolahragaan
4. Fasilitas kegiatan kepemudaan dan keolahragaan
5. Penyusunan pedoman kegiatan kepemudaan dan keolahragaan
6. Penyelenggaraan ketatausahaan

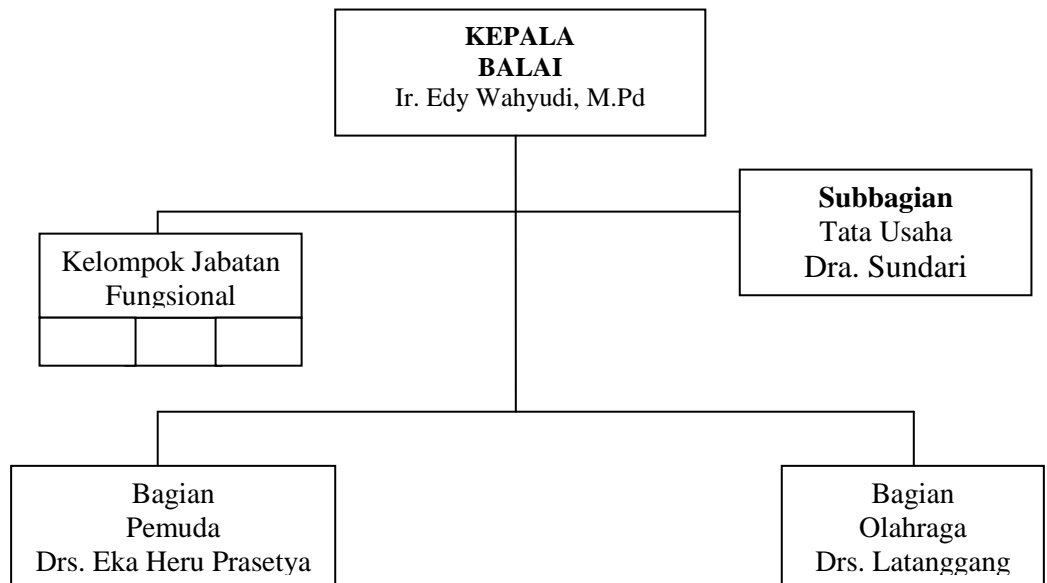
7. Pelaksanaan evaluasi dan penyusunan laporan program Balai Pemuda dan Olahraga.
8. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai tugas dan fungsinya.

**c. Susunan Personalia Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.**

Balai Pemuda dan Olahraga terdiri dari unsur Pimpinan yaitu Kepala Balai, unsur pembantu pimpinan yaitu subbagian Tata Usaha serta unsur pelaksana yaitu Seksi-seksi yang dalam hal ini adalah Seksi Pemuda dan Seksi Olahraga. Sub bagian Tata Usaha yang dipimpin oleh seorang kepala Subbagian dan Seksi-seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang berkedudukan di bawah kepala Balai dan bertanggung jawab kepada Kepala Balai Pemuda dan Olahraga.

1. Kepala Balai
2. Sub Bagian Tata Usaha
3. Seksi Pemuda
4. Seksi Olahraga
5. Kelompok Jabatan Fungsional

#### d. Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi  
Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta

Susunan pimpinan Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta  
tahun 2014 adalah sebagai berikut:

1. Kepala Balai : Ir. Edy Wahyudi, M.Pd
2. Ketua Sub bagian Tata Usaha : Dra. Sundari
3. Ketua Seksi Pemuda : Drs. Eka Heru Prasetya
4. Ketua Seksi Olahraga : Drs. Latanggang

Berikut uraian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing pimpinan dan bagian dalam struktur organisasi Balai Pemuda dan Olahraga, diantaranya:

1. Kepala Balai

Kepala Balai mempunyai tugas memimpin dalam penyelenggaraan kegiatan Balai sesuai dengan peraturan

perundang-undangan yang berlaku. Adapun uraian tugasnya adalah :

- a) Menyusun rencana dan program kerja Balai
- b) Memimpin, membina, dan mengkoordinasikan penyelenggaraan kegiatan Balai.
- c) Mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan Balai
- d) Melaporkan pelaksanaan kegiatan Balai

## 2. Sub Bagian Tata Usaha

Sub Bagian Tata Usaha mempunyai tugas menyelenggarakan administrasi perkantoran, kearsipan dan tata naskah dinas, keuangan, kepegawaian, perlengkapan dan perbekalan serta kerumahtanggaan dan kepustakaan. Adapun uraian tugasnya meliputi :

- a) Menyusun rencana dan program kerja Subbagian Tata Usaha
- b) Mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data yang berhubungan dengan ketatausahaan
- c) Melaksanakan kegiatan surat-menyurat, dokumentasi dan tata naskah dinas
- d) Melaksanakan kegiatan administrasi perlengkapan dan perbekalan serta rumah tangga dinas
- e) Melaksanakan administrasi keuangan

- f) Melaksanakan administrasi kepegawaian
- g) Mengelola keputakaan
- h) Mengevaluasi dan menyusun laporan kegiatan Subbagian Tata Usaha.

### 3. Bagian Kepemudaan

Seksi pemuda mempunyai tugas merencanakan, mengorganisasi, mengkoordinasi, mengendalikan, mengawasi, dan mengevaluasi seluruh kegiatan kepemudaan serta menyusun dan menyampaikan laporan Seksi. Adapun uraian tugasnya :

- a) Menyusun rencana dan program kerja Seksi Pemuda
- b) Mengorganisasi dan mengkoordinir kegiatan pengkajian masalah, teori, program, potensi dan kebijakan kepemudaan.
- c) Mengorganisasikan dan mengkoordinasikan para pengelola/pelaksana program dan potensi sumber daya.

## 2. Deskripsi Data

### a. Gambaran Umum *Public Relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta

*Public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seluruh petugas balai yang tanggung jawabnya berada langsung di bawah Kepala Balai. Kegiatan *public*

*relationsi* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dilakukan secara berkesinambungan dimulai dengan penelitian dan penemuan fakta terhadap sasaran sehingga menghasilkan informasi-informasi yang digunakan sebagai acuan dalam membuat rencana kerja, kemudian rencana dikemas dalam bentuk program-program yang menarik berdasarkan tujuan yang telah disusun, lalu untuk mengetahui seberapa besar efektif kegiatan program dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan *public relations*.

Kegiatan *public relations* ditandai dengan mengikuti rakor yang diselenggarakan di Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga sebagai sarana penyampaian ide atau gagasan dan menerima masukan dan saran dari para *stakeholder*. Acara dihadiri oleh segenap Unit Pelaksana Teknis dalam lingkup Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga dengan juga mengundang pemerintah daerah dan lembaga-lembaga terkait. Balai Pemuda dan Olahraga sebelum mengikuti rakor yang diselenggarakan Dinas terlebih dahulu melakukan evaluasi terhadap kegiatan dan metode pelaksanaan program tahun lalu, hasil evaluasi digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun rencana yang akan dilakukan di tahun yang akan datang.

Selanjutnya rencana yang telah disusun dan disepakati dalam rakor dikemas ke dalam program yang akan dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga. Program ditunjang dengan

menggunakan beberapa media publikasi seperti spanduk, pamflet, undangan dan website.

Program yang telah dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga di evaluasi dengan melibatkan unsur terkait seperti pengurus organisasi kepemudaan, pengurus KONI, dan Pemuda itu sendiri sebagai peserta. Evaluasi dilakukan agar ada perbaikan pada setiap pelaksanaannya.

Pelaksanaan *Public Relations* yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga kepada masyarakat terutama pemuda bertujuan untuk mengenalkan dan memasarkan Balai Pemuda dan Olahraga kepada pemuda melalui program pemberdayaan dan pembinaan pemuda, dengan begitu diharapkan pemuda dapat turut aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga sehingga pada akhirnya Balai Pemuda dan Olahraga dapat melahirkan pemuda-pemuda yang berprestasi, berbudaya dan berakhlak mulia.

Dibawah ini akan disampaikan proses atau langkah pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga, yaitu:

a. Penelitian atau Penemuan fakta

Pada tahap pertama ini, *public relations* mengidentifikasi, memantau, mengumpulkan fakta untuk mengetahui apa yang sedang terjadi saat ini yang berpengaruh terhadap organisasi. Dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan

terhadap Kepala Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta menjelaskan kegiatan penelitian atau penemuan fakta tentang pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang dilakukan oleh bagian *public relations*. Balai Pemuda dan Olahraga melakukan penelitian dan penemuan fakta dengan cara memetakan potensi-potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah melalui rapat dan diskusi yang dilakukan oleh Balai pemuda dan olahraga dengan pihak-pihak terkait. Hal tersebut tampak pada jawaban yang diberikan oleh kepala balai pemuda dan olahraga yang menjelaskan bahwa :

“tentu hal pertama yang dilakukan adalah membuat rencana berdasarkan informasi yang kita terima dari berbagai pihak baik itu media massa, maupun masyarakat. Setelah itu rencana kita kemas ke dalam program-program berdasarkan tujuan yang telah kita susun, dan terakhir agar ada perbaikan disetiap programnya maka kita lakukan evaluasi atas program tersebut.”

Dari pernyataan di atas juga dapat diketahui bahwa dalam pelaksanaan penemuan fakta dilakukan dengan analisis situasi. Selain itu dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan analisis situasi dilakukan dengan menerima masukan dan saran dari berbagai pihak seperti organisasi kepemudaan, Koni baik tingkat kabupaten maupun provinsi melalui rapat dan evaluasi di setiap



acara-acara yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dan analisis situasi dilakukan oleh bagian *public relations* dengan cara turun kelapangan untuk mengetahui kebutuhan khalayak sasaran dalam hal ini masyarakat terutama pemuda.

Dalam pelaksanaan analisis situasi yang dilakukan oleh pegawai di bagian seksi keolahragaan maupun kepemudaan. hal ini dapat jelaskan oleh kepala bagian kepemudaan, yang menjelaskan bahwa :

“oh iya mas dengan melihat langsung kelapangan kita akan mengetahui apa saja yang menjadi masalah dimasyarakat serta apa yang menjadi kebutuhan di masyarakat terutama pemuda. Sehingga nanti program-program yang kita laksanakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri.

Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa metode analisis situasi yang digunakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga adalah metode informal yaitu, dengan melakukan laporan lapangan.

b. Perencanaan Kegiatan *Public Relations*

Pada tahap ini, Informasi yang telah dikumpulkan pada tahap penemuan fakta digunakan untuk membuat keputusan atau merumuskan bentuk program yang akan dilakukan termasuk tentang anggaran dari program. Balai Pemuda dan Olahraga melakukan perencanaan setiap

tahun. Dalam perencanaan program, Bapak Latanggang (kepala seksi keolahragaan) mengatakan bahwa :

“Dalam Perencanaan Program ini, kami terlebih dahulu mendiskusikan dengan kepala Balai beserta pihak-pihak terkait, semua bisa memberikan masukan serta menyusun tujuan dari program yang bisa kami capai.”

Perencanaan adalah aktivitas menetapkan tujuan dan tindakan-tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Tindakan-tindakan itu meliputi jawaban-jawaban dari pertanyaan seperti, “apa yang perlu dilakukan? Berapa biaya yang diperlukan dalam perencanaan tersebut, bagaimana melaksanakan dan kapan itu akan dilakukan.?”

Perencanaan bisa merujuk pada permasalahan yang ditemukan di lapangan, bisa juga tidak. Pelaksanaan *public relations* yang paling mendasari dari perencanaan program adalah tujuan organisasi yang salah satunya adalah mempromosikan program kepada masyarakat. Perencanaan program setiap waktu bisa berubah tergantung kondisi di lapangan. Tujuan dari pelaksanaan *public relations* bagi Balai Pemuda dan Olahraga adalah untuk mengenalkan Balai Pemuda dan Olahraga kepada masyarakat dan memasarkan program-program yang akan dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga.

Berdasarkan hasil wawancara perencanaan kegiatan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga diketahui bahwa balai pemuda dan olahraga sebelum melaksanakan kegiatan *public relations* terlebih dahulu menyusun rumusan tujuan. Adapun tujuan-tujuan tersebut diantaranya mempromosikan balai pemuda kepada masyarakat terutama pemuda di daerah Yogyakarta dengan berorientasi pada pembinaan; pembinaan terhadap peran pemuda dalam pengembangan desa, dan pengembangan pemuda dalam kemandirian. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh kepala Balai Pemuda dan Olahraga bahwa: “untuk tujuan melaksanakan kegiatan *public relations* adalah untuk mempromosikan balai pemuda dan olahraga kepada masyarakat terutama pemuda.”

Tujuan yang dirumuskan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta mengacu pada permasalahan yang terjadi. Seperti masalah kurangnya minat pemuda dalam mengikuti program-program yang diadakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga. Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta telah memperhitungkan setiap rencana kegiatan sehingga mampu meningkatkan partisipasi pemuda dalam berbagai program yang diselenggarakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta, hal ini

ditunjukkan dengan menerima masukan dan saran dari masyarakat maupun organisasi kepemudaan.

Tujuan kegiatan *public relations* untuk memasarkan Balai Pemuda dan Olahraga sehingga meningkatkan partisipasi pemuda dalam program-program yang diselenggarakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga. Dalam hal ini pemuda memiliki peran yang sangat penting dalam menumbuhkan dan meningkatkan partisipasi pemuda serta peran pemuda dalam meningkatkan kualitas pemuda sehingga akan memperoleh manfaat lebih besar.

Sasaran kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga adalah publik internal yang meliputi semua pegawai yang ada dalam lembaga, lalu publik eksternal yaitu masyarakat terutama pemuda. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Kepala Balai Pemuda dan Olahraga bahwa: “dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* sasarannya adalah publik internal yang meliputi semua pegawai yang ada dalam lembaga, lalu publik eksternal yaitu masyarakat.”

Perencanaan *public relations* memiliki peran yang utama dalam pelaksanaan program Balai Pemuda dan Olahraga, hal ini seperti yang disampaikan oleh Kepala Balai Pemuda dan Olahraga;

“Sebagai bagian protokoler yang mempromosikan balai pemuda dan olahraga kepada masyarakat terutama pemuda, serta mempromosikan aset balai pemuda dan olahraga, dan menginformasikan kegiatan balai pemuda dan olahraga.”

### **c. Pelaksanaan Kegiatan *Public Relations***

Pada tahap ketiga ini adalah mengimplementasikan, mengkomunikasikan program-program dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta memahami bahwa apabila perencanaan telah dilakukan dengan baik maka dalam pelaksanaan akan baik. Hal ini karena proses pelaksanaan kegiatan yang baik dapat terlaksana karena adanya perencanaan yang matang oleh pegawai. Pelaksanaan kegiatan *public relations* dapat dikatakan baik dengan melihat bagaimana partisipasi pemuda pada kegiatan yang diselenggarakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga, banyaknya peserta dalam program yang dilaksanakan sangat tergantung terhadap bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan Balai pemuda dan Olahraga Yogyakarta khususnya pada bidang-bidang yang ada.

Upaya yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, antara lain:

- a. Selalu melibatkan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan kepemudaan maupun keolahragaan.

Balai pemuda dan olahraga selalu menjalin kerjasama yang baik dengan khalayak sekitar atau masyarakat untuk mendukung setiap pelaksanaan kegiatan kepemudaan dan keolahragaan. Salah satunya adalah melibatkan masyarakat dalam kegiatan yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga seperti:

- a) Aksi Solidaritas Kepemudaan untuk Masyarakat.

Aksi solidaritas kepemudaan untuk masyarakat adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terutama pemuda untuk peduli terhadap lingkungan sehingga dapat mewujudkan pemuda-pemuda yang produktif.

- b) Pertukaran Pemuda Antar Negara

Kegiatan ini diharapkan akan memberikan pengalaman kepada pemuda agar dapat mengenali kebudayaan yang ada diluar negeri sehingga pemuda dapat termotivasi untuk membangun negerinya.

- c) Pemuda Kapal Nusantara

Merupakan program yang dibuat untuk memberikan pengalaman kepada pemuda mengenai kondisi pemuda di wilayah Indonesia.

- b. Mengembangkan bidang-bidang olahraga yang menjadi unggulan pemuda di Yogyakarta.

Pengembangan bidang-bidang olahraga yang menjadi unggulan pemuda di Yogyakarta adalah dengan cara mengadakan pembibitan dan pembinaan bagi pemuda berbakat, menambah sarana dan prasarana olahraga, dan mengadakan event-event yang dapat mengembangkan potensi pemuda seperti: Pekan Olahraga Pelajar Daerah (POPDA), Pekan Olahraga Pelajar Cacat Daerah (POPCADA), dan Pekan Olahraga dan Seni Santri Pondok Pesantren Daerah (POSPEDA) dan masih banyak yang lainnya.

- c. Selalu menggunakan asas manfaat dan efisiensi sehingga tidak terjadi pemborosan

Dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan baik itu pembinaan, pengembangan aset operasional keolahragaan maupun penyelenggaraan event-event olahraga Balai Pemuda dan Olahraga selalu menggunakan asas manfaat dan efisiensi, baik dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, efisiensi kerja, maupun efisiensi anggaran.

Untuk mengetahui media apa yang digunakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dari wawancara yang

dilakukan kepada Kepala Seksi Olahraga Balai Pemuda dan Olahraga menjelaskan bahwa:

“Begini mas untuk penggunaan media dalam rangka sosialisasi program kita kepada masyarakat terutama pemuda. kita menggunakan surat resmi yang kita tunjukan kepada pemerintah daerah, lalu surat pemberitahuan kepada organisasi kepemudaan. lalu kita menggunakan spanduk, surat kabar, website, pamflet, media elektronik maupun media massa.”

Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan telah menggunakan media cetak maupun elektronik dengan tujuan dapat menjangkau semua masyarakat. Hal ini semakin dikuatkan dengan pernyataan Plt seksi kepemudaan yang menjelaskan bahwa:

“mitranya kan banyak mas, jadi kalo di BPO kita bicarakan masyarakat kepemudaan dan keolahragaan. Di keolahragaan sangat banyak disamping semua pengurus daerah maupun provinsi menjadi mitra kita terutama cabang-cabang olahraga yang telah masuk dalam pekan olahraga pelajar nasional tentu itu menjadi mitra, dan perguruan tinggi. Lalu kepemudaan mitra kerja sangat banyak misalnya KNPI, karang taruna, Kuarda sebagai wadahnya okp-okp yang ada di Yogyakarta.”

Penggunaan media pertemuan, seminar dan pameran sebagai sarana promosi oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta digelar untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga. Dalam rangka meningkatkan partisipasi pemuda dalam berbagai aspek



kehidupan Balai Pemuda dan Olahraga mengadakan event-event bagi pemuda setiap tahunnya seperti Pekan Olahraga Pelajar Daerah (POPDA), Pekan Olahraga Pelajar Cacat Daerah (PORCADA), Pekan Olahraga Korpri Daerah (POPRIDA) dan lain sebagainya. Oleh karena itu event-event tersebut harus disusun secara konsisten dan terjadwal, karena tanpa event yang tetap dan berkualitas maka akan sulit untuk dapat mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki oleh pemuda khususnya olahraga, selain itu untuk program kepemudaan juga diadakan pembinaan bagi pemuda yang memiliki prestasi atau keahlian, yang diadakan oleh bagian Kepemudaan dan Keolahragaan Balai Pemuda dan Olahraga.

Untuk menselaraskan tujuan program yang dibuat maka dibutuhkan sarana dan prasarana yang dapat menunjang keberhasilan program-program yang telah disusun, maka Balai Pemuda dan Olahraga memandang perlu untuk membuat suatu program yang ditujukan untuk pengadaan ataupun pemeliharaan aset yang berkenaan dengan kepemudaan dan olahraga seperti gedung, alat-alat olahraga, dan operasional lainnya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Kepala Bagian Ketatausahaan Balai Pemuda dan Olahraga:

“Selain program-program yang ditujukan kepada masyarakat kami Balai Pemuda dan Olahraga memandang perlu membuat program yang ditujukan

untuk menjaga aset-aset yang nanti bisa digunakan untuk menunjang program lain.”

#### **d. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan *Public Relations***

Tahap terakhir dari proses ini melakukan penilaian dan evaluasi terhadap program yang telah dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari program yang telah dilaksanakan.

Pelaksanaan evaluasi kegiatan *public relations*, Balai Pemuda dan Olahraga dengan melakukan audiensi bersama KONI, lembaga kepemudaan untuk mengetahui apa-apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh kepala Balai Pemuda dan Olahraga bahwa;

“evaluasi yang kita lakukan tidak hanya setelah pelaksanaan kegiatan tetapi evaluasi juga ketika pelaksanaan kegiatan akan kita amati seberapa peran masyarakat terhadap kegiatan kita, seberapa dampak terhadap kesejahteraan masyarakat terutama pemuda.”

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa hambatan dalam pelaksanaan *public relations* karena kurangnya minat pemuda dalam mengikuti program-program yang diadakan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Kepala Balai Pemuda dan Olahraga ; “pemuda yang malas, kita sudah memiliki program, diklat, dan bantuan yang kita berikan tidak ada artinya apabila menghadapi pemuda yang malas.”

hal ini semakin dikuatkan dengan pernyataan salah satu pengurus organisasi kepemudaan yaitu minat pemuda yang

sedikit terhadap kegiatan baik itu kepemudaan maupun keolahragaan sehingga yang mengikuti program hanya orang itu-itulah saja.

## **B. Pembahasan Hasil Penelitian**

Uraian pembahasan mengenai pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta adalah sebagai berikut:

### **1. Penelitian dan Penemuan Fakta**

Kegiatan *public relations* diawali dengan melakukan penelitian atau penemuan fakta terkait dengan opini dan kebutuhan dari sasaran suatu organisasi atau perusahaan. Penelitian ini dapat dilakukan dengan metode formal maupun metode informal. Metode formal adalah metode pengumpulan informasi yang akurat dengan data melalui sampel ilmiah, sedangkan metode informal adalah metode pengumpulan informasi dengan mengeksplorasi situasi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diketahui bahwa dalam pelaksanaan penelitian atau penemuan fakta Balai Pemuda dan Olahraga menggunakan metode informal mengingat metode ini berguna untuk mendeteksi dan mengeksplorasi suatu masalah dan untuk uji awal riset serta strategi program. Proses pengumpulan informasi yang dilakukan di Balai Pemuda dan Olahraga dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dengan pertanyaan baik secara lisan berupa tanya jawab dan audiensi maupun secara tertulis dari

angket yang dibagikan setiap selesai mengadakan suatu kegiatan. Metode pengumpulan informasi sebaiknya perlu ditambahkan dengan menggunakan kelompok-kelompok fokus dan forum komunitas sebagai sarana untuk mengeksplorasi informasi yang berguna untuk menyusun strategi. Kelompok fokus dan forum komunitas dianggap sebagai kumpulan yang memiliki kecenderungan yang sama sehingga dengan melibatkan mereka dapat memperkaya informasi yang didapat sehingga nantinya akan semakin akuratnya informasi yang diterima untuk menyusun program yang lebih efektif dan menguntungkan.

## 2. Perencanaan kegiatan *public relations*

Sebelum merencanakan, perencanaan program *public relations* terlebih dahulu melakukan penemuan fakta yang terjadi saat ini. Penemuan fakta dilakukan dengan cara analisis situasi yang dapat dilakukan dengan metode formal maupun formal

Perencanaan kegiatan *public relations* dilakukan setidaknya memiliki 8 langkah sebelum melaksanakan program *public relations*, yaitu: a) Mendefinisikan peran dan misi, b) Menentukan area hasil utama, c) Mengidentifikasi indikator efektifitas, d) Memilih dan menentukan sasaran, e) Menyiapkan rencana aksi, f) Menetapkan kontrol, g) berkomunikasi, dan h) implementasi.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan perencanaan kegiatan *public relations*, Balai Pemuda dan Olahraga telah melakukan identifikasi peran

lembaga di masyarakat yaitu sebagai lembaga yang bertugas membina dan memberdayakan masyarakat terutama pemuda dalam bidang olahraga dan pembinaan potensi pemuda itu sendiri. Identifikasi peran diwujudkan kedalam misi sebagai tujuan dari lembaga, Setelah misi terwujud maka misi perlu disampaikan kepada khalayak dengan melakukan konferensi pers sebagai sarana penyampaian misi kepada khalayak. Penyampaian misi atau pernyataan misi memiliki fungsi sebagai pernyataan yang mengikat seluruh organisasi untuk mengemban tanggung jawab bersama, dan membantu *public relations* untuk menentukan tujuan dan sasarannya, anggarannya, menyusun program dan dampaknya. Dalam hal ini Balai Pemuda dan Olahraga belum melakukan itu.

Tahap selanjutnya dalam merencanakan kegiatan *public relations* adalah menentukan area hasil utama sebagai prioritas dari program yang dilaksanakan. Dari hasil wawancara yang dilakukan diketahui bahwa area hasil utama program Balai Pemuda dan Olahraga adalah sekolah-sekolah dan lembaga pendidikan lain baik formal maupun nonformal dengan kriteria potensi bakat yang mampu dikembangkan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam hal ini adalah olahraga dan pemuda. Perlu ditambahkan bahwa dalam menentukan area hasil utama yaitu energi yang dibutuhkan dan waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Pemilihan sasaran dalam kegiatan *public relations* yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta adalah pemilihan dengan pendekatan keanggotaan berupa usia dan tingkat pendidikan, dengan kata lain program ditujukan bagi pelajar dan pemuda. Pemilihan sasaran dengan satu pendekatan yaitu dengan pendekatan keanggotaan memiliki kelemahan pada pengetahuan dan kecenderungan sasaran sebagai target intervensi program.

Setelah tujuan dan pemilihan sasaran dilakukan, selanjutnya adalah merencanakan program. Masalah yang telah didefinisikan yang digunakan sebagai pertimbangan dalam menetapkan tujuan dan sasaran, maka perlu menyusun langkah-langkah sebagai strategi perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi *public relations* disusun berurutan dengan tahapan yang jelas. Tujuan dari pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga adalah memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat terutama pemuda dan hal pengembangan potensi dan bakat yang dimilikinya, strategi yang dilakukan adalah mengadakan audiensi, lalu memanfaatkan media massa sebagai sarana membentuk opini masyarakat sekaligus juga mempublikasikan kegiatan dan pengumuman. Selain itu dalam pelaksanaannya Balai Pemuda dan Olahraga juga ikut melibatkan peran serta pemuda melalui organisasi pemuda yang menjadi mitra seperti FKAPMEPI, KNPI, Karang Taruna, KUARDA dan Remaja Masjid dan lain-lain. Selain itu juga

melibatkan alumni dari program-program yang telah dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga seperti: Kapal Nusantara, pertukaran pemuda, pemuda pembangun desa, dan kepeloran pemuda sebagai panitia dan penyelenggara. Dalam hal ini Balai Pemuda perlu mengoptimalkan media terutama *website* lembaga mengingat telah lebih dari satu bulan ini *website* yang menjadi corong informasi Balai Pemuda dan Olahraga bersifat masih dalam pengembangan. Ini terjadi karena belum adanya jadwal pemberdayaan *website* serta sumber daya manusia yang terbatas.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan kontrol atau pengawasan. Pengawasan merupakan kegiatan untuk memastikan proses pencapaian sasaran berjalan secara efektif terhadap pelaksanaan kegiatan *public relations*. Balai Pemuda dan Olahraga dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan *public relations* adalah dengan melakukan survei secara berkala kepada pemuda dengan melakukan rakor rutin yang diselenggarakan oleh Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga melalui Balai Pemuda dan Olahraga.

Namun Balai Pemuda dan Olahraga dalam perencanaan kegiatan *public relations* belum menyiapkan secara rinci tentang bagaimana penjadwalan dan anggaran terhadap pelaksanaan kegiatan *public relations*. Sehingga akan menyulitkan apabila terjadi kondisi-kondisi kritis di dalam lembaga tersebut.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan *Public Relations*

Dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* kegiatan harus memiliki kredibilitas, kejelasan tujuan, dan berkesinambungan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan untuk mengungkap bagaimana pelaksanaan kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta. Apabila perencanaan telah dilakukan dengan baik maka pada tahap pelaksanaan akan baik. Hal ini karena proses pelaksanaan kegiatan yang baik dapat terlaksana karena adanya perencanaan yang matang. Pelaksanaan kegiatan *public relations* dapat dengan melibatkan partisipasi pemuda pada kegiatan yang diselenggarakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta, banyaknya peserta dalam program yang dilaksanakan sangat tergantung terhadap bagaimana proses sosialisasi yang dilakukan Balai pemuda dan Olahraga khususnya bidang-bidang yang ada.

Upaya yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dalam rangka meningkatkan partisipasi pemuda, antara lain:

- a. Selalu melibatkan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan kepemudaan maupun keolahragaan.

Balai pemuda dan olahraga selalu menjalin kerjasama yang baik dengan khalayak sekitar atau masyarakat untuk mendukung setiap pelaksanaan kegiatan kepemudaan dan keolahragaan. Salah satunya adalah melibatkan masyarakat



dalam kegiatan yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga seperti:

1) Aksi Solidaritas Kepemudaan untuk Masyarakat.

Aksi solidaritas kepemudaan untuk masyarakat adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terutama pemuda untuk peduli terhadap lingkungan sehingga dapat mewujudkan pemuda-pemuda yang produktif.

2) Pertukaran Pemuda Antar Negara

Kegiatan ini diharapkan akan memberikan pengalaman kepada pemuda agar dapat mengenali kebudayaan yang ada diluar negeri sehingga pemuda dapat termotivasi untuk membangun negerinya.

3) Pemuda Kapal Nusantara

Merupakan program yang dibuat untuk memberikan pengalaman kepada pemuda mengenai kondisi pemuda di wilayah Indonesia.

b. Mengembangkan bidang-bidang olahraga yang menjadi unggulan pemuda di Yogyakarta.

Pengembangan bidang-bidang olahraga yang menjadi unggulan pemuda di Yogyakarta adalah dengan cara mengadakan pembibitan dan pembinaan bagi pemuda berbakat, menambah sarana dan prasarana olahraga, dan mengadakan event-event yang dapat mengembangkan potensi pemuda

seperti: Pekan Olahraga Pelajar Daerah (POPDA), Pekan Olahraga Pelajar Cacat Daerah (POPCADA), dan Pekan Olahraga dan Seni Santri Pondok Pesantren Daerah (POSPEDA) dan masih banyak yang lainnya.

- c. Selalu menggunakan asas manfaat dan efisiensi sehingga tidak terjadi pemborosan

Dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan baik itu pembinaan, pengembangan aset operasional keolahragaan maupun penyelenggaraan event-event olahraga Balai Pemuda dan Olahraga selalu menggunakan asas manfaat dan efisiensi, baik dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, efisiensi kerja, maupun efisiensi anggaran.

- 4. Media yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga.

Proses sosialisasi amat dipengaruhi oleh strategi dan penggunaan media. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta bahwa strategi yang digunakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam mensosialisasikan program kegiatan yaitu dengan melibatkan organisasi kepemudaan dalam pelaksanaan suatu program. Selain itu Balai Pemuda dan Olahraga dalam sosialisasi juga melalui :

- a. Surat resmi

Surat resmi digunakan kepada lembaga-lembaga yang menjadi mitra Balai Pemuda dan Olahraga seperti pemerintah daerah, Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI), dan lembaga-lembaga formal lain dalam lingkup lembaga pemerintahan. Surat sering kali dikirim melalui jasa pengantar sehingga waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan surat kepada yang dituju cenderung lebih lama dari yang diperkirakan. Di sisi lain surat juga dapat dikirim via fax atau email namun proses pengirim seperti ini juga memiliki keterbatasan ketika alamat yang dituju tidak memiliki fasilitas yang memadai.

b. Jumpa pers

Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan Balai Pemuda dan Olahraga kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan wartawan. Kegiatan jumpa pers dilakukan ketika Balai Pemuda dan Olahraga memiliki program yang dihadiri oleh pejabat tinggi atau ketika ada pembangunan fasilitas olahraga. Kegiatan jumpa pers dilakukan sebaiknya rutin sebagai sarana penyampaian kemajuan organisasi dan prestasi yang didapatkan oleh organisasi.

c. Pameran

Pameran berfungsi sebagai sarana untuk menciptakan atau menjaga identitas organisasi, menunjukkan keberhasilan,

menunjukkan kedalaman dan keluasan kegiatan serta menciptakan semangat didalam tim kerja. Pameran yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga berupa pameran yang menampilkan hasil keterampilan dari peserta kegiatan dan budaya dari masing-masing organisasi. Perlu ditambahkan bahwa tujuan pameran adalah menunjukkan keberhasilan lembaga serta menunjukkan keluasan kegiatan, dalam hal ini sebaiknya Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta juga menampilkan piala yang diraih oleh Balai Pemuda dan Olahraga serta kegiatan yang pernah di ikuti oleh Balai Pemuda dan Olahraga.

d. Website

Penggunaan media internet dalam promosi kegiatan menjadi penting mengingat kemajuan teknologi yang berkembang saat ini, maka dalam pelaksanaan promosi kegiatan juga perlu menggunakan media internet. Dengan alamat website [www.bpo-diy.or.id](http://www.bpo-diy.or.id) berisikan informasi terkait Balai Pemuda dan Olahraga. Pada kenyataannnya *website* Balai Pemuda dan Olahraga kurang begitu maksimal mengingat masih belum selesainya pengembangan *website* lebih dari satu bulan, selain itu informasi yang disampaikan juga terbatas.

e. Spanduk

Selain brosur yang digunakan humas dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya, spanduk juga digunakan menjadi media dalam kegiatan promosi sekolah. Spanduk berisikan informasi kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga. Namun mengingat biaya pemasangan brosur yang cukup mahal maka tidak semua tempat strategis dapat dipasang spanduk dari Balai Pemuda dan Olahraga.

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan telah menggunakan media cetak maupun elektronik, Namun perlu ditekankan kembali tentang pengelolaan media agar dapat mendukung kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga.

#### 5. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan *Public Relations*

Evaluasi yang dilakukan setelah melaksanakan kegiatan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga telah berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dari adanya kegiatan penilaian pesan dan kesan publik, penilaian terhadap realisasi target sasaran, penilaian terhadap ketepatan waktu pelaksanaan kegiatan *public relations*, penilaian terhadap keefektifan penggunaan media berdasarkan target sasaran, penilaian terhadap pelayanan dan fasilitas yang sudah diberikan. Evaluasi terhadap program-program senantiasa dilakukan supaya publik mempunyai tempat untuk mengembangkan bakat dan potensi yang dimiliki.

Selain itu evaluasi terhadap hambatan-hambatan yang dirasakan dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* ini juga dilakukan. Adapun hambatan tersebut meliputi kurangnya sumber daya manusia yang dapat fokus melaksanakan kegiatan *public relations* dan kurang optimalnya penggunaan media terutama elektronik sebagai pendukung pelaksanaan kegiatan *public relations*. Sehingga ke depan supaya dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* dapat berjalan dengan lebih baik maka perlu adanya petugas yang fokus terhadap pelaksanaan dan pengembangan *public relations* serta perlunya mengoptimalkan penggunaan media terutama media elektronik sebagai pendukung pelaksanaan kegiatan *public relations*.

6. Hambatan yang dihadapi oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan *public relations*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan baik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, ada beberapa hambatan yang dihadapi oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam melaksanakan kegiatan *public relations*. Hambatan-hambatan tersebut diantaranya tidak adanya bagian *public relations* sendiri di Balai Pemuda dan Olahraga tentu menyebabkan kegiatan balai yang berhubungan dengan publik belum dapat terakomodasi secara maksimal. Selain itu misi lembaga sebagai pengikat pegawai agar mampu menanggung beban bersama perlu disampaikan kepada publik baik internal maupun eksternal sehingga publik internal dapat berjuang bersama menuju

tercapainya misi dan publik eksternal mengetahui apa misi Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta sehingga dapat ikut berpartisipasi dalam tercapainya misi tersebut.

Pengelolaan media yang kurang maksimal disebabkan sumber daya yang terbatas seharusnya dapat diatasi dengan ikut melibatkan pemuda dalam pengembangannya media seperti website. Selain memanfaatkan media sebagai alat promosi Balai Pemuda dan Olahraga dapat juga melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah dan lembaga pendidikan lain sebagai sarana pengenalan lembaga dan agenda yang akan dilaksanakan. Selain itu belum adanya pusat informasi yang dijadikan tempat penyampaian maupun penerimaan informasi yang datang dari dalam maupun luar organisasi.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Balai Pemuda dan Olahraga melaksanakan kegiatan *public relations* sebagai upaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan target sasaran. Pelaksanaan kegiatan *public relations* belum optimal karena Balai Pemuda dan Olahraga belum memiliki bagian khusus yang menangani kegiatan *public relations* selain itu pengelolaan media yang digunakan juga masih belum baik.
2. Kegiatan *public relations* diawali dengan melakukan penelitian atau penemuan fakta yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dengan menerapkan metode informal yaitu melalui laporan lapangan.
3. Pelaksanaan kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga dilakukan dengan melibatkan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan, mengutamakan pada pengembangan-pengembangan bidang olahraga yang menjadi keunggulan, dan menggunakan media dalam mempublikasikan kegiatan baik media massa maupun media elektronik. .



4. Media yang digunakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* adalah brosur, surat, *website*, kotak surat, radio, televisi, telpon, dan spanduk.
5. Evaluasi pelaksanaan kegiatan *public relations* dilaksanakan secara keseluruhan mulai dari evaluasi terhadap persiapan, evaluasi terhadap implementasi, dan evaluasi terhadap dampak dari kegiatan. Evaluasi terhadap persiapan berupa kecukupan informasi latar belakang untuk desain program ketepatan program, dan penyajian materi program. Evaluasi terhadap implementasi berupa keakurataan program dan ketepatan sasaran, dan terakhir yaitu evaluasi terhadap dampak ini meliputi perubahan perilaku sasaran.
6. Hambatan yang dihadapi oleh Balai Pemuda dan Olahraga dalam pelaksanaan *public relations* adalah:
  - a. Tidak adanya bagian *public relations* secara tersendiri di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta
  - b. Terbatasnya sumber daya yang dapat mengelola media komunikasi yang digunakan terutama *website*
  - c. Belum adanya pusat informasi yang dapat memberikan informasi secara menyeluruh kepada publik terkait program dan sumber daya yang dimiliki Balai Pemuda dan Olahraga.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Balai Pemuda dan Olahraga perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan mengikut sertakan sebagai pelaksana teknis dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta.
2. Balai Pemuda dan Olahraga dapat membuat layanan masyarakat sebagai tempat menerima masukan dan saran yang datang dari masyarakat seperti dikolom-kolom website atau dengan mengadakan kotak saran yang diletakkan di lingkungan Balai Pemuda dan Olahraga.
3. Balai Pemuda dan Olahraga perlu membangun dan menjaga hubungan yang harmonis dengan media baik cetak maupun elektronik dengan membuat jadwal jumpa pers secara rutin .
4. Perlu adanya pernyataan misi yang disampaikan secara terbuka kemasyarakat melalui jumpa pers, sebagai pernyataan yang mengikat seluruh bagian dalam organisasi untuk mengemban tanggungjawab bersama.
5. Balai Pemuda dan Olahraga sebaiknya perlu berupaya mengoptimalkan penggunaan media terutama pemberdayaan website yang lebih rutin, sosialisasi langsung keperguruan tinggi atau ke

sekolah-sekolah, sehingga Balai Pemuda dan Olahraga dapat dikenal di kalangan pemuda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggora, M., Linggar. (2005). *Teori & Profesi Kehumasan*. Jakarta. Bumi Aksara
- Bonar, S.K. (1993). *Hubungan Masyarakat Modern: Public Relations*
- Cutlip, S., Center, A. H., & Broom, G.M. (2011). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan (Terjemahan Tri Wibowo B.S)*. Jakarta: Kencana.
- Darmadi, Z.B., Oetomo, B.S.D, Priyogutomo, J., & Simanjuntak, J.P. (2003). *Public Relations*. (edisi Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, O.U (1999). *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Ramaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. (1989). *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Ibnu Syamsi. (1980). *Pokok-pokok Pengertian Ilmu Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Balai Pembinaan Administrasi Akademi Administrasi Negara.
- Jefkins, Frank. (1997). *Publik Relations edisi keempat terj. Haris Munandar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasali, R. (1994). *Manajemen Public Relations; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Lattimore, Dan dkk. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Lukaszewski, Jim. (1998). *Suplement untuk Newspaper Pr Reporter*. (Tri Wibowo, B.s Terjemahan). Jakarta: Kencana
- Mattew, B. Milles. (1999). *analisa data kualitatif*. (Tjetjeh Rohendi Rohindi, terjemahan). Jakarta: UI press.
- Moleong, L.J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (edisi revisi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta : Rajawali Press.
- Partao, Zainal Abidin. (2006). *Media Relations Strategi Meraih Dukungan Publik*. Jakarta. Indeks.

Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Smith, Ronald D. (2005) *Strategic Planning for Public Relations*. Second Edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d*. Bandung. Alfabeta.

# Lampiran 1.

## Pedoman Wawancara

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Gambaran Umum

1. Deskripsi tentang *public relations* yang ada di Balai Pemuda dan Olahraga ?

### B. Mendefinisikan masalah

1. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga melakukan analisis situasi ?
2. Kapan dilaksanakan analisis situasi itu dilakukan ?
3. Bagaimana proses analisis situasi dilakukan ?
4. Dimana dilakukan analisis situasi dilakukan ?
5. Siapa pelaksana analisis situasi tersebut ?

### C. Perencanaan *Public Relations*

1. Apakah tujuan yang hendak dicapai oleh Balai Pemuda dan Olahraga DIY dari pelaksanaan kegiatan *public relations* ?
2. Apa peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?
3. Bagaimana manajemen *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?
4. Siapakah sasaran yang dituju pada pelaksanaan peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?
5. Apakah Balai pemuda dan olahraga membentuk pusat informasi ?
6. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga sering menerima keluhan dari pemuda maupun lembaga kepemudaan ?
7. Bagaimana pemilihan media komunikasi yang akan mendukung program *public relations* ?

8. Langkah yang seperti apa yang di tempuh oleh bagian *public relations* dalam mengawasi pelaksanaan program *public relations*?
9. Apakah ada organisasi mitra yang membantu pelaksanaan program *public relations* di Balai pemuda dan olahraga ?
10. Seperti apa program komunikasinya yang dilakukan ?
11. Apakah program komunikasi *public relations* juga melibatkan media dalam pelaksanaannya ?
12. Bagaimana strategi media yang digunakan oleh Balai pemuda dan olahraga ?

#### D. Pelaksanaan *Public Relations*

1. Apa program *public relations* yang dilakukan oleh balai pemuda dan olahraga ?
2. Kapan pelaksanaan program tersebut dilaksanakan ?
3. Berapa lama program dilangsungkan ?
4. Bagaimana program dilaksanakan ?
5. Siapa saja sasaran dari program-program tersebut ?

#### E. Evaluasi pelaksanaan *public relations*

1. Apakah program yang dilaksanakan telah sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan ?
2. Apakah program telah menjangkau area target sasaran ?
3. Apakah program efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan ?
4. Apakah program memberikan efek yang tidak diharapkan ?



# Lampiran 2.

## Hasil Wawancara

## HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Bapak “EW” pada tanggal 5 November 2014 pukul 07.30

### A. Gambaran Umum

1. Bagaimana latar belakang berdirinya Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “Balai Pemuda dan Olahraga salah satu balai yang ada di Dinas Dikpora Provinsi DIY dua atau 3 provinsi yang belum ada dinasya sendiri selain semua provinsi bahkan sebagian besar 3 atau 4 yang belum untuk urusan pemuda dan olahraga itu dengan adanya kementrian pemuda dan olahraga, lazimnya ada dinas pendidikan ehm dinas pemuda dan olahraga tapi DIY untuk urusan pemuda dan olahraga masih digabungkan dengan Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga.”

2. Bagaimana pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “tentu hal pertama yang dilakukan adalah membuat rencana berdasarkan informasi yang kita terima dari berbagai pihak baik itu media massa, maupun masyarakat. Setelah itu rencana kita kemas ke dalam program-program berdasarkan tujuan yang telah kita susun, dan terakhir agar ada perbaikan disetiap programnya maka kita lakukan evaluasi atas program tersebut.”

### B. Mendefinisikan Masalah

1. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga melakukan analisis situasi sebelum merencanakan sebuah program?

Jawab : “oh iya mas dengan melihat langsung kelapangan kita akan mengetahui apa saja yang menjadi masalah dimasyarakat serta apa yang menjadi kebutuhan di masyarakat terutama pemuda. Sehingga nanti program-program yang kita laksanakan sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri.”

2. Siapa yang melaksanakan kegiatan analisis ?

Jawab : kegiatan analisis dilakukan secara berkala biasa setiap akhir tahun, analisis ini juga dilakukan sebagai evaluasi dari program yang dilakukan sebelumnya. Analisis dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga dengan diwakilkan oleh seksi kepemudaan dan olahraga yang dibantu oleh organisasi kepemudaan sebagai mitra kerja Balai Pemuda dan Olahraga.

C. Perencanaan *Public relations*

1. Apakah tujuan yang hendak dicapai oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dari Pelaksanaan kegiatan *public relations*?

Jawab : “ memasarkan Balai Pemuda dan Olahraga agar Balai Pemuda dan Olahraga bisa dikenal oleh masyarakat.”

2. Siapa sasaran yang dituju dari kegiatan *public relations*?

Jawab : “sasaran program-program kita adalah masyarakat dalam hal ini adalah pemuda”

3. Apa peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “kita menyadari bahwa humas atau *public relations* adalah corong bagi sebuah lembaga untuk menampung masukan dan saran dari masyarakat serta memasarkan kegiatan kepada masyarakat.”

4. Bagaimana kedudukan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “untuk kedudukan *public relations* di Balai pemuda dan Olahraga saat ini masih pada aktivitas, yang dilakukan oleh semua pegawai di lingkungan Balai Pemuda dan Olahraga.”

5. Media apa sajakah yang digunakan untuk pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “untuk media kita mengundang wartawan dari surat kabar seperti harian jogja, kedaulatan rakyat. Selain itu kita juga bermitra surat kabar kita bekerja sama dengan televisi seperti JogjaTV dan AdiTV., selain itu kita juga memanfaatkan spanduk yang kita tempatkan ditempat-tempat strategis.”

6. Dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga apakah melibatkan organisasi mitra?

Jawab : “oh tentu mas, banyak dalam pelaksanaan program kita selalu melibatkan masyarakat terutama pemuda mas.”

#### D. Pelaksanaan *Public relations*

1. Kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan?

Jawab : “untuk kegiatan kita ada banyak mas, ada POPDA, Aksi Sosial, dan lain-lain mas.”

2. Kapan pelaksanaan program tersebut dilaksanakan ?

Jawab : “seperti tadi disampaikan bahwa pelaksanaan program dilaksanakan selama satu tahun periode”

3. Siapa saja sasaran dari program-program tersebut ?

Jawab : “sasaran program itu melihat apa yang melatarbelakangi program tersebut, misalnya program sarjana pembangun desa tujuan program ini adalah untuk pemuda yang telah menempuh pendidikan sarjana dan juga masyarakat.”

#### E. Evaluasi Pelaksanaan *Public relations*

2. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “yang jelas semua apa yang dilaksanakan tentu kita rencanakan dengan planing, setelah program itu dilaksanakan, monitoring biasa kami lakukan tidak hanya setelah, tapi juga ketika pelaksanaan kegiatan itu kita lakukan, akan kita amati, seberapa peran masyarakat terhadap kegiatan kita, seberapa dampak pada kesejahteraan masyarakat setelah kegiatan atau program itu kita laksanakan, sehingga nanti kita bisa mengevaluasi apakah program ini perlu diteruskan atau perlu dicukupkan. Sehingga kami lakukan terus, baik pelaksanaan maupun diakhir kegiatan.”

3. Apakah program yang dilaksanakan telah sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan?

Jawab : “tentu mas, dalam merealisasikan program kita pasti melihat tujuan yang telah kita rencanakan.”

4. Apakah program telah menjangkau area target sasaran yang ditentukan ?

Jawab : “yang menjadi sasaran program dari adalah pemuda dan pelajar mas, dengan program-program yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga saya kira telah menjangkau area sasaran.”

5. Apakah program telah efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan?

Jawab : “sacara garis besar sudah mas, mengingat dengan semakin berkualitasnya pemuda yang ada.”

Wawancara dengan bapak “EH” pada tanggal 28 oktober 2014 pukul 09.00

#### A. Gambaran Umum

1. Apa visi, misi, dan motto dari Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “Balai Pemuda dan Olahraga memiliki visi menjadi katalisator terwujudnya masyarakat pendidikan yang kompetitif dengan misi meningkatkan pelayanan, pemerataan mutu, dan meningkatkan pembinaan di bidang pemuda dan olahraga.”

2. Deskripsi tentang *public relations* yang ada di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “tentu hal pertama yang dilakukan adalah membuat rencana berdasarkan informasi yang kita terima dari berbagai pihak baik itu media massa, maupun masyarakat. Setelah itu rencana kita kemas ke dalam program-program berdasarkan tujuan yang telah kita susun, dan terakhir agar ada perbaikan di setiap programnya maka kita lakukan evaluasi atas program tersebut.”

#### B. Mendefinisikan masalah

1. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga melakukan analisis situasi ?

Jawab : “dalam mencapai tujuan yang telah disusun kita Balai Pemuda dan Olahraga tentu perlu melakukan rencana, nah sebelum menyusun rencana kita perlu menganalisis situasi dengan cara terjun langsung kelapangan.”

2. Kapan dilaksanakan analisis situasi itu dilakukan ?

Jawab : “analisis kita lakukan setiap tahun pada akhir-akhir tahun sebelum pergantian tahun guna menyusun strategi ditahun berikutnya.”

3. Bagaimana proses analisis situasi dilakukan ?

Jawab : “analisis dilakukan dengan cara langsung bertemu masyarakat di lapangan sehingga kita bisa mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi masalah dan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. “

4. Dimana dilakukan analisis situasi dilakukan ?

Jawab : “pelaksanaan analisis dilakukan dengan sesuai dengan target sasaran, bisa jadi itu pemuda melalui karang taruna-karang taruna atau komunitas, atau bisa juga untuk pelajar dengan masuk ke sekolah-sekolah yang ada. Jadi pelaksanaan dilakukan disetiap tempat.”

5. Siapa pelaksana analisis situasi tersebut ?

Jawab : “pelaksanaan analisis kegiatan dilakukan oleh pegawai Balai Pemuda dan Olahraga yang melalui seksi keolahragaan dan kepemudaan.”

C. Perencanaan *Public Relations*

1. Apakah tujuan yang hendak dicapai oleh Balai Pemuda dan Olahraga DIY dari pelaksanaan kegiatan *public relations* ?

Jawab : “memasarkan Balai Pemuda dan Olahraga agar Balai Pemuda dan Olahraga bisa dikenal oleh masyarakat.”



2. Apa peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “kita menyadari bahwa humas atau *public relations* adalah corong bagi sebuah lembaga untuk menampung masukan dan saran dari masyarakat serta memasarkan kegiatan kepada masyarakat.

3. Bagaimana manajemen *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “*public relations* saat ini belum masuk kedalam struktur manajemen, *public relations* balai pemuda dan olahraga masih berupa fungsi yang dilakukan oleh seluruh pegawai dalam lingkup Balai Pemuda dan Olahraga.

4. Siapakah sasaran yang dituju pada pelaksanaan peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab :”sasaran yang kita tuju adalah masyarakat dalam hal ini yaitu pemuda.”

5. Apakah Balai pemuda dan olahraga membentuk pusat informasi ?

Jawab : “ untuk saat ini untuk bagian pusat informasi belum ada, hanya saja informasi terkait Balai Pemuda dan Olahraga bisa diakses dengan datang langsung ke kantor, maupun bisa bertanya melalui website kita.”

6. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga sering menerima keluhan dari pemuda maupun lembaga kepemudaan ?

Jawab : “keluhan yang datangnya dari masyarakat akan kita terima untuk keluhan dengan lisan maupun tertulis yang disampaikan oleh masyarakat ke kita.”

7. Bagaimana pemilihan media komunikasi yang akan mendukung program *public relations* ?

Jawab : “dalam pemilihan media itu berdasarkan beberapa aspek yang pertama yaitu cakupan media terhadap sasaran, keberterimaan media dengan masyarakat, dan biaya.”

8. Langkah yang seperti apa yang di tempuh oleh bagian *public relations* dalam mengawasi pelaksanaan program *public relations*?

Jawab : “agar pelaksanaan program *public relations* berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan, maka perlu dilakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pelaksanaan kita lakukan dengan cara selalu kebersamai dalam setiap program baik itu yang kepemudaan maupun keolahragaan.”

9. Apakah ada organisasi mitra yang membantu pelaksanaan program *public relations* di Balai pemuda dan olahraga ?

Jawab : “oh tentu, banyak dalam pelaksanaan program kita selalu melibatkan masyarakat terutama pemuda mas.”

10. Apakah program komunikasi *public relations* juga melibatkan media dalam pelaksanaannya ?

Jawab : “tentu, media sangat berpengaruh dalam mempromosikan program kepada masyarakat jadi dalam pelaksanaan komunikasi tentu melibatkan media.”

#### D. Pelaksanaan *Public Relations*

1. Apa program *public relations* yang dilakukan oleh balai pemuda dan olahraga ?

Jawab : “dalam rangka meningkatkan peran serta kepemudaan balai pemuda dan olahraga mengadakan kegiatan yang melibatkan langsung pemuda, misalnya aksi solidaritas kepemudaan, pameran hasil karya kreatif pemuda, pertukaran pemuda dan kapal nusantara, dan pengembangan sentra pemberdayaan dan kepeloporan pemuda, lalu yang terbaru adalah pemberdayaa pemuda untuk membangun desa, lalu untuk kegiatan bidang olahraga guna meningkatkan prestasi olahraga balai pemuda dan olahraga membuat kegiatan berbagai lomba dan pembinaan seperti; penyelenggaran Popda, Tri Lomba juang, Popcada, Popwi, Pospeda, dan Proprida.”

2. Kapan pelaksanaan program tersebut dilaksanakan ?

Jawab : “program kita laksanakan selama satu periode anggaran

#### E. Evaluasi pelaksanaan *public relations*

1. Apakah program yang dilaksanakan telah sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan ?

Jawab : “tentu mas, dalam merealisasikan program kita pasti melihat tujuan yang telah kita rencanakan.”

2. Apakah program telah menjangkau area target sasaran ?

Jawab : “yang menjadi sasaran program dari adalah pemuda dan pelajar mas, dengan program-program yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga saya kira telah menjangkau area sasaran.”

3. Apakah program efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan ?

Jawab : “sacara garis besar sudah mas, mengingat dengan semaki berkualitasnya pemuda yang ada.”

Wawancara dengan Bapak “L” pada tanggal 28 oktober 2014 pukul 09.30

A. Gambaran Umum

1. Bagaimana sejarah singkat Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “Balai Pemuda dan Olahraga merupakan unit pelaksana teknis dari Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga setingkat dengan bidang yang menjadi cakupan tugas dari Dinas Pendidikan dan Olahraga. Balai pemuda dan Olahraga resmi terbentuk pada tahun 2008 sebelumnya dikenal dengan balai pengembangan pemuda dan olahraga. Yang melatar belakangi terbentuk Balai Pemuda dan Olahraga adalah untuk membina para pemuda khusus dalam bidang olahraga.

2. Bagaimana pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “ jadi setiap tahun dinas pendidikan pemuda dan olahraga termasuk di dalamnya semua upt di undang untuk apa namanya ada rakor dinas itu namanya dulu, nah disana tidak hanya dinas, semua bidang bagian upt itu di dinas pendidikan pemuda dan olahraga tetapi juga mengundang dari temen-temen kabupaten kota yang lain yang mengelola di bidang pendidikan kepemudaan dan keolahragaan, nah dalam rakor itu sudah di lakukan kayak sosialisasi sebenarnya sesialisasi mengenai program-program yang dilaksanakan oleh dinas pendidikan dan olahraga, termasuk didalamnya adalah seksi

kepemudaan dan seksi keolahragaan, jadi rakor dinas itu ditujukan intinya adalah sosialisasi program yang akan dilaksanakan dalam satu tahun anggaran.”

#### B. Mendefinisikan Masalah

1. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga melakukan analisis situasi sebelum merencanakan sebuah program?

Jawab : “kalo mengadakan secara khusus, tetapi kita melihat di lapangan kegiatan atau program apa yang perlu kita adakan.”

2. Siapa yang melakukan kegiatan analisis tersebut?

Jawab : “Melihat lapangan dilakukan oleh balai pemuda dan olahraga melalui bagian atau seksi pemuda dan olahraga.”

#### C. Perencanaan *Public relations*

1. Apakah tujuan yang hendak dicapai oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dari Pelaksanaan kegiatan *public relations*?

Jawab : “ untuk tujuan melaksanakan kegiatan *public relations* adalah untuk mempromosikan balai pemuda dan olahraga kepada masyarakat terutama pemuda.”

2. Siapa sasaran yang dituju dari kegiatan *public relations*?

Jawab : “dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* sasarannya adalah publik internal yang meliputi semua pegawai yang ada dalam lembaga, lalu publik eksternal yaitu masyarakat.”

3. Apa peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “Sebagai bagian protokoler yang mempromosikan balai pemuda dan olahraga kepada masyarakat terutama pemuda, serta mempromosikan aset balai pemuda dan olahraga, dan menginformasikan kegiatan balai pemuda dan olahraga.”

4. Bagaimana kedudukan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “untuk kedudukan *public relations* atau kehumasan di balai pemuda dan olahraga belum ada distruktur organisasi, namun untuk kegiatan *public relations* tetap dilaksanakan oleh semua pihak yang ada di balai pemuda dan olahraga.”

5. Media apa sajakah yang digunakan untuk pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “begini mas untuk penggunaan media dalam rangka sosialisasi program kita kepada masyarakat terutama pemuda. kita menggunakan surat resmi yang kita tunjukan kepada pemerintah daerah, lalu surat pemberitahuan kepada organisasi kepemudaan. lalu kita menggunakan spanduk, surat kabar, website, pamflet, media elektronik maupun media massa.”

6. Dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga apakah melibatkan organisasi mitra?

Jawab : “mitranya kan banyak mas, jadi kalo di BPO kita bicarakan masyarakat kepemudaan dan keolahragaan. Di keolahragaan sangat banyak disamping semua pengurus daerah maupun provinsi menjadi

mitra kita terutama cabang-cabang olahraga yang telah masuk dalam pekan olahraga pelajar nasional tentu itu menjadi mitra, dan perguruan tinggi. Lalu kepemudaan mitra kerja sangat banyak misalnya KNPI, karang taruna, Kuarda sebagai wadahnya okp-okp yang ada di Yogyakarta.”

#### D. Pelaksanaan *Public relations*

##### 1. Kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan?

Jawab : “dalam rangka meningkatkan peran serta kepemudaan balai pemuda dan olahraga mengadakan kegiatan yang melibatkan langsung pemuda, misalnya aksi solidaritas kepemudaan, pameran hasil karya kreatif pemuda, pertukaran pemudan dan kapal nusantara, dan pengembangan sentra pemberdayaan dan kepeloporan pemuda, lalu yang terbaru adalah pemberdayaa pemuda untuk membangun desa, lalu untuk kegiatan bidang olahraga guna meningkatkan prestasi olahraga balai pemuda dan olahraga membuat kegiatan berbagai lomba dan pembinaan seperti; penyelenggaran Popda, Tri Lomba juang, Popcada, Popwi, Pospeda, dan Proprida.”

#### E. Evaluasi Pelaksanaan *Public relations*

##### 1. Apakah program yang dilaksanakan telah sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan?

Jawab : “Dalam evaluasi yang kita lakukan secara umum tujuan yang telah kita rencanakan diawal dapat berjalan dengan baik.”



2. Apakah program telah menjangkau area target sasaran yang ditentukan ?

Jawab : “ya sudah menjangkau sasaran hanya saja upaya yang telah dilakukan dirasa masih kurang efektif karena tidak semua kalangan pemuda mengakses informasi yang telah dipublikasika melalui website dan papan pengumuman.

3. Apakah program telah efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan?

Jawab : “ya berdasarkan program-program yang telah diselenggarakan hasil yang dicapai telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Wawancara dengan Ibu “S” pada tanggal 3 November 2014 pukul 09.00

#### A. Gambaran Umum

1. Bagaimana sejarah singkat Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “untuk sejarah Balai Pemuda dan Olahraga mungkin yang lebih tahu pak Edy ya mas, Cuma menurut saya Balai Pemuda dan Olahraga ini didirikan untuk melayani masyarakat terutama pemuda baik untuk membagi ilmu, maupun yang mau mengembangkan bakat dan potensinya. Nah saat ini kan untuk tugas pendidikan itu sudah banyak ya mas, maka dibentuk sebuah bidang yang bertugas untuk menangani khusus bidang kepemudaan dan olahraga.

2. Bagaimana pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “Balai Pemuda dan Olahraga karna merupakan bidang dalam dinas pendidikan maka untuk pelaksanaan semua program yang akan dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga tentu akan kita laporkan ke dinas terlebih dahulu, namun tetap untuk pelaksanaan kita yang melakukan.”

#### B. Mendefinisikan Masalah

1. Apakah Balai Pemuda dan Olahraga melakukan analisis situasi sebelum merencanakan sebuah program?

Jawab : “program-program yang kita usulkan ke dinas sebagian besar juga karena masukan dan saran dari berbagai pihak misalnya organisasi kepemudaan atau alumni-alumni dari program yang pernah

kita laksanakan. Masukan-masukan ini saya kita contoh dari analisis yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga.”

1. Siapa yang melakukan kegiatan analisis tersebut?

Jawab : “seperti tadi yang saya sampaikan bahwa analisis kita lakukan dengan meminta masukan kepada pihak-pihak terkait, maka tetap yang melaksanakan adalah Balai Pemuda dan Olahraga khususnya bagi seksi-seksi yang berkewajiban untuk menganalisis seperti kepemudaan dan keolahragaan.”

### C. Perencanaan *Public relations*

1. Apakah tujuan yang hendak dicapai oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dari Pelaksanaan kegiatan *public relations*?

Jawab : “Tujuan dari pelaksanaan *publik relations* tentu harus menunjang dari tercapainya misi yang kita usung yaitu menjadikan masyarakat pendidikan yang kompetitif, sehingga tujuan pelaksanaan *publik relations* adalah untuk memasarkan Balai Pemuda dan Olahraga kepada masyarakat luas.”

2. Siapa sasaran yang dituju dari kegiatan *public relations*?

Jawab : “Sasaran program kita sesuai dengan tugas dan fungsi pokok yaitu masyarakat terutama pemuda baik itu mahasiswa maupun pelajar.”

3. Apa peran *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga ?

Jawab : “kegiatan *public relations* berperan sebagai *front office* bagi Balai Pemuda dan Olahraga. “

4. Bagaimana kedudukan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “Untuk kedudukan mungkin ini yang lebih mengetahui pak edy mas,”

5. Media apa sajakah yang digunakan untuk pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta?

Jawab : “dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* media yang kita gunakan banyak, ada surat resmi, baliho, spanduk, website, surat kabar, dan radio bahkan televisi seperti adiTv, JogjaTv

6. Dalam pelaksanaan kegiatan *public relations* Balai Pemuda dan Olahraga apakah melibatkan organisasi mitra?

Jawab : “setiap kegiatan yang bersifat untuk target luar atau masyarakat sebisa mungkin kita melibatkan masyarakat terutama pemuda, maka kita menyiapkan tempat untuk organisasi kepemudaan untuk melaksanakan aktivitasnya dilingkungan Balai.”

#### D. Pelaksanaan *Public relations*

1. Kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan?

Jawab : “kegiatan yang dilakukan dalam hal *public relations* adalah aksi solidaritas kepemudaan, pameran kreativitas pemuda, diklat, lomba, pembinaan dan pemeliharaan aset-aset pemuda dan olahraga.”

#### E. Evaluasi Pelaksanaan *Public relations*

1. Apakah program telah menjangkau area target sasaran yang ditentukan ?

Jawab : “untuk program dengan media yang sudah kita gunkan. saya kira sudah mampu menjangkau masyarakat.”

Wawancara dengan Ibu “GE” pada tanggal 2 November 2014 pukul 16.00

1. Bagaimana Pelaksanaan *public relations* di Balai Pemuda dan Olahraga?

Jawab : “Ada publikasi kegiatan-kegiatan dan pembinaan yang berkaitan dengan kepemudaan khususnya di bidang olahraga. Seperti karate, taekwondo, baris-berbaris, renang, dan lain-lain.

2. Apakah program kehumasan yang dilaksanakan oleh Balai Pemuda dan Olahraga telah menjangkau target sasaran ?

Jawab : “Ya, sudah menjangkau target sasaran hanya saja upaya yang telah dilakukan dirasa masih kurang efektif karena tidak semua kalangan pemuda mengakses informasi yang telah dipublikasikan melalui web dan papan pengumuman.”

3. Apakah program efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan ?

Jawab : “Ya, berdasarkan program-program yang telah diselenggarakan hasil yang dicapai telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

# Lampiran 3.

## Pedoman observasi

### PEDOMAN OBSERVASI

No.	Aspek	Objek yang diamati	Ket		Deskripsi
			Ya	Tidak	
1.	Perencanaan	<p>✓ <i>Public relations</i> membuat pusat informasi</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki nomor telpon layanan konsumen yang dapat dihubungi</p> <p>✓ <i>Public relations</i> mempunyai website lembaga</p>			
2.	Pelaksanaan	<p>✓ <i>Public relations</i> memiliki matrik program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki kelengkapan media publikasi</p> <p>✓ <i>Public relations</i> melibatkan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki mitra media</p>			
3.	Evaluasi	✓ <i>Public relations</i>			



		<p>mendengarkan keluhan, saran, serta kritik dengan penuh perhatian</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki database peserta program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> melakukan pengawasan atau pemantauan bagi peserta program balai</p> <p>✓ <i>Public relations</i> mengumpulkan testimoni dari peserta program</p>			
--	--	--	--	--	--

# Lampiran 4.

## Hasil Observasi

### HASIL OBSERVASI

No.	Aspek	Objek yang diamati	Ket		Deskripsi
			Ya	Tidak	
1.	Perencanaan	<p>✓ <i>Public relations</i> membuat pusat informasi</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki nomor telpon layanan konsumen yang dapat dihubungi</p> <p>✓ <i>Public relations</i> mempunyai website lembaga</p>	✓	✓	<p>✓ Belum memiliki pusat informasi selama ini pelayanan informasi dilakukan oleh bagian tatausaha Balai.</p> <p>✓ Nomor telpon sebagai <i>costumer service</i> balai pemuda (081392274827)</p> <p>✓ Website beralamatkan <a href="http://www.bpo-diy.or.id">www.bpo-diy.or.id</a> namun masih dalam proses pengembangan.</p>
3.	Pelaksanaan	<p>✓ <i>Public relations</i> membuat matrik program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki kelengkapan media publikasi</p>	✓	✓	<p>✓ Penjadwalan program kurang baik</p> <p>✓ Seperti spanduk, pamflet, brosur, website,</p> <p>.</p>

		<p>✓ <i>Public relations</i> melibatkan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki mitra media</p>	<p>√</p> <p>√</p>		<p>✓ Bentuk kerjasama antara Balai Pemuda dan Olahraga dengan masyarakat adalah dengan cara mengikutsertakan masyarakat dalam program yang akan dilaksanakan oleh balai</p> <p>✓ Bermitra dengan media elektronik maupun cetak seperti JogjaTv, AdiTv, KR, Tribun, RRI, dan TVRI.</p>
4.	Evaluasi	<p>✓ <i>Public relations</i> mendengarkan keluhan, saran, serta kritik dengan penuh perhatian</p> <p>✓ <i>Public relations</i> memiliki database peserta program</p> <p>✓ <i>Public relations</i> melakukan</p>	<p>√</p> <p>√</p> <p>√</p>		<p>✓ Menyediakan kotak saran bagi masyarakat yang terletak didepan kantor.</p> <p>✓ Setiap peserta program balai pemuda yang telah dilaksanakan maka akan dibentuk alumni yang nanti tetap ditindak lanjuti oleh balai pemuda</p> <p>✓ Belum terjadwal secara detail.</p>

		<p>pengawasan atau pemantauan bagi peserta program balai</p> <p>✓ <i>Public relations</i> mengumpulkan testimoni dari peserta program</p>		✓	<p>✓ Belum ada program khusus</p>
--	--	---	--	---	-----------------------------------

# Lampiran 5.

## Surat Ijin Penelitian



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562511 - 562814 (Hunting)  
YOGYAKARTA 55213

**SURAT KETERANGAN / IJIN**

073/REG/W/453/9/2014

Membaca Surat : **WAKIL DEKAN I FAKULTAS EKONOMI** Nomor : **1794/UN34.18/LT/2014**  
Tanggal : **29 SEPTEMBER 2014** Perihal : **IJIN PENELITIAN/RISET**

- Mengingat :
1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perubahan bagi Peraturan Tinggi Asing Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Pemasaran dan Pengembangan di Indonesia;
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Peraturan Pelaksanaan dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
  3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2009, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah;
  4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2008 tentang Peraturan Pelaksanaan Rekomendasi Pelaksanaan Survei Penelitian, Pendataan, Pengumpulan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta

DILINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkaji/janiduri lapangan kepada:

Nama : **ERIYUS SEPTIADI SYAPUTRA** N.P.K.M. : **10402249002**  
Alamat : **FAKULTAS EKONOMI, PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**  
Judul : **PELAKSANAAN PUBLIC RELATIONS YANG DILAKUKAN OLEH BALAI PEMUDA DAN OLAH RAGA DIY**  
Lokasi : **DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAH RAGA DIY, BALAI PEMUDA DAN OLAH RAGA DIY**  
Waktu : **30 SEPTEMBER 2014 s.d 30 DESEMBER 2014**

**Dengan Ketentuan**

1. Menyajikan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkaji/janiduri lapangan kepada Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota atau instansi yang berwenang mengizinkan jika dimaklud;
2. Menyajikan soft copy hasil penelitian/nya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pemerintahan Sekda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website daring [jagatprov.go.id](http://jagatprov.go.id) dan menandatangani surat asli yang akan di salin dan dibuktikan cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktu sebelum berakhir mengajukan perpanjangan melalui website [jagatprov.go.id](http://jagatprov.go.id);
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku

Dikeluarkan di Yogyakarta  
Pada tanggal 30 SEPTEMBER 2014  
An Sekretaris Daerah  
Asisten Pengkajian dan Pengembangan

Ketua Biro Administrasi Pemerintahan



**Terbaca**

1. GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
2. DINAS PENDIDIKAN, PEMUDA DAN OLAH RAGA DIY
3. BALAI PEMUDA DAN OLAH RAGA DIY
4. WAKIL DEKAN I FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
5. YANG BERSANGKUTAN

Notas: Undefined variable: \$tembusan in /var/www/html/application/modules/pzpn/controllers/izinController.php on line 180



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281  
Telp. (0274) 586168 Ext. 817 Fax. (0274) 554902  
Website : <http://www.fe.uny.ac.id> e-mail : [fe@uny.ac.id](mailto:fe@uny.ac.id)

Nomor : 1794 /UN34.18/LT/2014  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

29 September 2014

Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta  
Jl. Malioboro, Komplek Kepatihan, Danurejan, Yogyakarta  
D. I. Yogyakarta

Kami sampaikan dengan hormat permohonan Ijin Penelitian dalam rangka penulisan Tugas Akhir Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Eriyus Septiadi Syaputra  
NIM : 10402249002  
Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Maksud/ Tujuan : Ijin Penelitian  
Judul : "Pelaksanaan *Public Relations* yang dilakukan oleh Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta"

Demikian atas kerjasama dan ijinnya diucapkan terima kasih.



Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan;
2. Arsip Jurusan



# Lampiran 6.

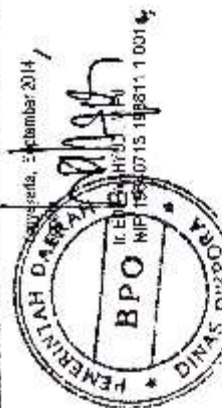
## Daftar Pegawai BPO

**DAFTAR NOMINATIF PEGAWAI NEGERI SIPIL  
DILINGKUNGAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
KEADAAN : SEPTEMBER 2014**

INSTANSI : BALAI PERUSAHAAN DIANPRAGA

NO	NAMA	NIP	TGL LAHR	JENIS KELAMIN	TKW CPNS	GOL	TMT GOL	KARPEG	DIKLAT JAS	MK KESERHAN	JURUSAN PEND	JABATAN	ESEKON	NK ESEKON	SUB UNIT
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Dr. Eddy Wahyudi, M.Pd	1947113 196011100	14-03-1964	Laki-laki	0-11-1988	III/9	01-10-2011	E.123456	SKN III	22	SI-MAN	Kapala BPO	III	14.03.2012	BPO
2	Dr. Sudiarta	1950022 195003200	24-03-1953	Laki-laki	0-03-1987	II/6	01-10-2009	C.225577	-	17	SI-MAN	Kasubbag TUJ	IV	01-04-2014	BPO
3	Dr. Eka Hery Prasetya	1964103 196403100	30-10-1964	Laki-laki	0-05-1984	II/6	01-10-2003	G.225577	PIV IV	19	SI-POR	Kas. Pemuda	V	03-11-2012	BPO
4	Dr. Lintang	1963025 196303100	29-02-1963	Laki-laki	0-05-1988	II/6	01-10-2009	G.225577	PIV IV	19	SI-POR	Kas. Pemuda	V	03-11-2012	BPO
5	Dr. Suro Suryantari	1950008 195003200	09-08-1958	Laki-laki	0-05-1984	III/9	01-10-2011	C.065011	Adm	28	SI-MAN	Staf CR	-	-	BPO
6	Dr. Sugianto	1950002 195003100	11-03-1955	Laki-laki	0-05-1981	III/9	01-10-2011	F.155515	-	27	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
7	R. Purnomo, S.P	1950002 195003100	21-06-1953	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.027009	-	30	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
8	Dr. Tri Haryati	1950002 195003200	10-03-1953	Perempuan	01-03-1985	III/9	01-10-2011	C.014540	-	31	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
9	Dwi Tanti, S.Pd	1950002 195003200	11-03-1953	Perempuan	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.014540	-	31	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
10	Al Mubair, SE	1950008 195003200	08-08-1958	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	E.022214	-	31	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
11	Suparno, S.Pd	1950002 195003200	16-07-1950	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	31	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
12	Nur Amri, SH.MM	1950002 195003200	21-11-1954	Laki-laki	01-03-1985	III/9	01-10-2011	C.022214	-	27	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
13	Tri Pujiwati, SE	1950002 195003200	03-12-1953	Perempuan	01-03-1982	III/9	01-10-2011	C.022214	-	28	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
14	Wijadiningih, SE	1950002 195003200	06-11-1954	Perempuan	01-03-1983	III/9	01-10-2011	C.022214	-	19	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
15	Suparlinggih	1950002 195003200	06-03-1953	Perempuan	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	31	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
16	Purnama Ery Suarni	1950002 195003200	17-01-1950	Perempuan	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	31	SI-MAN	Staf CR	-	-	BPO
17	Suganto	1950002 195003200	13-03-1951	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	32	SI-MAN	Staf CR	-	-	BPO
18	Saniat Pribadi	1950002 195003200	16-02-1953	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	32	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
19	Sugeng	1950002 195003200	15-03-1951	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	C.022214	-	32	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
20	Suwardi	1950002 195003200	28-05-1952	Laki-laki	01-03-1982	III/9	01-10-2011	C.022214	-	30	SI-MAN	Staf CR	-	-	BPO
21	Sudamin	1950002 195003200	11-11-1951	Laki-laki	01-03-1984	III/9	01-10-2011	C.022214	-	28	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
22	Rini Achmad, S.Bos	1974025 200001200	28-04-1974	Perempuan	01-03-2008	III/9	01-10-2011	H.500252	-	8	SI-MAN	Staf TU	-	-	BPO
23	Dita Wicak, G.IF	1974025 200001200	21-04-1974	Laki-laki	01-03-2008	III/9	01-10-2011	H.500252	-	21	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
24	Alli Muhsin	1950002 195003200	02-04-1953	Laki-laki	01-03-1981	III/9	01-10-2011	E.022214	-	22	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
25	M. Hapsadi Nurhidris	1974025 200001200	17-10-1974	Laki-laki	01-03-2008	III/9	01-10-2011	F.335755	-	16	SI-MAN	Staf CR	-	-	BPO
26	Rosta Teguh Dewanti	1950002 195003200	29-06-1955	Laki-laki	01-03-1985	III/9	01-10-2011	P.386710	-	7	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO
27	Dr. Suharti	1950002 195003200	01-12-1957	Laki-laki	01-03-1989	III/9	01-10-2011	P.386710	-	7	SI-MAN	Staf Pemuda	-	-	BPO

NO	K.A.N.A.	NIP	TANGGAL LAHIR	JENIS KELAMIN	TMT CPNS	QOL	TMT GOL	KARPEG	DIKLAT JAB	KESELURH	JURUSAN PEND	JABATAN	ESELON	KKESLOK	SNB IINT
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
29	Topan Fauzi R, S.Pd, Sse	19720122201001 005	22-01-1972	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	P.688.339	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
30	Danang Agus Y, S.Pd, Jas	19820516201001 014	16-05-1982	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	P.688.743	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
31	Waf, J Tri, Sse, SP	19700221201001 101	21-02-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
32	Dedang Haris P, SE	19730428201001 005	28-04-1973	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
33	Ambar Setiawan, S.Pd, Kor	19820111201001 004	11-01-1982	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
34	Fahriah Abdullah, S.O	19841128201001 009	28-11-1984	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
35	ABD. Rahman	19731005 198705 1004	05-10-1973	Laki-laki	01-01-1987	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
36	Budi Amoko	19720725 198702 1001	25-07-1972	Laki-laki	01-01-1987	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
37	Anindya Wening Maizetia, M	19870807201001 002	07-08-1987	Wanita	02-01-2014	IIIa	01-04-2014	N.27.5519	-	7	SNP	Staf TU	-	-	BPO
38	Sunardi	19670621201001 102	21-06-1967	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
39	Daryanti, A Ma	19670825201001 101	25-08-1967	Wanita	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
40	Rugianto	19651212201001 102	12-12-1965	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
41	Sitono	19610111201001 100	11-01-1961	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
42	Eko Sulito	19750815201001 100	15-08-1975	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
43	Masruza Syahkhi	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
44	Nawati Firdi Handayani	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
45	Nawati Firdi Handayani	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
46	Agung Eki Hendrawati	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
47	Murjani	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
48	Am Supriadi	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
49	Muhammad Zamrudin	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
50	Rahmat Sulistyawan	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
51	Irfan Kunamoro	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
52	Adhyas Herawan	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
53	Titi Suryani	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
54	Kuchayati	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO
55	Leghano	19700512201001 100	12-05-1970	Laki-laki	01-01-2010	IIIa	01-04-2014	Q.151.286	-	4	SI	Staf OR	-	-	BPO





# Lampiran 7.

## Dokumentasi





*Gambar 1. Pondok Pemuda Ambarbinangun*



*Gambar 2. Standion Mandala Krida*



*Gambar 3. Youth Center Yogyakarta*



*Gambar 4. Amongrogo*

# Lampiran 8.

Brosur kegiatan





Gambar 5. Spanduk Kegiatan



Gambar 6. Spanduk kegiatan

## Program Pemuda Sarjana Penggerak Pembangunan di Pedesaan pendaftaran 15 Maret s.d. 10 Mei 2014 2014

**Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi DKI Jakarta**  
Jl. Jatinegara Timur No. 55 Jakarta Timur, Lantai 4  
Tlp. & Fax : 021 - 85911169

**Retno : 0857 1729 8189**  
**Ferdy : 0857 10 149 149**  
**Yudi : 0899 00 242 09**

**Info : [www.disordadki.net](http://www.disordadki.net)**

PSP-3 merupakan program KEMENPORA yang dilaksanakan oleh Dinas Olahraga & Pemuda Provinsi DKI Jakarta yang merupakan Revitalisasi Program SP-3 yang telah dilaksanakan sejak tahun 1989. Program ini dilaksanakan dalam rangka meningkatkan peran Kepeloporan, Kepemimpinan dan Kemandirian pemuda, khususnya pemuda yang terdidik dan telah lulus Strata 1 dari berbagai disiplin ilmu.

PSP-3 tahun 2014 merupakan Angkatan XXIV yang akan ditempatkan di Provinsi Jawa Tengah, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Barat dan Sulawesi Tenggara selama 2 tahun.

### persyaratan

- Surat Lamaran & Biodata ditujukan kepada Dinas Olahraga dan Pemuda Provinsi DKI Jakarta up. Kepala Bidang Kepemudaan
- Pendidikan Strata 1 ( S1 ) dari berbagai disiplin ilmu
- Usia Maksimal 26 tahun
- Fotocopy Ijazah & Transkrip Nilai ( Legalisir 3 lembar )
- Fotocopy Kartu Tanda Penduduk ( KTP ) Wilayah JABODETABEK ( 4 lembar )
- Sehat jasmani dan rohani, dibuktikan dengan Surat Keterangan Dokter
- Berkelakuan Baik dibuktikan dengan Surat Kelakuan Baik dari Kepolisian (diserahkan setelah dinyatakan LULUS Seleksi)
- Tidak pernah terlibat penyalahgunaan ZAT ADIKTIF & HIV/AIDS dibuktikan dengan SURAT KETERANGAN dari DOKTER PENGUJI KESEHATAN yang ditunjuk oleh PEMERINTAH (diserahkan setelah dinyatakan LULUS Seleksi)
- Mendapat dukungan/rekomendasi dari Tokoh Masyarakat/Pimpinan Instansi Pemerintah terdekat/ Dosen Perguruan Tinggi Bersangkutan sebagai Pemuda Potensial
- Belum MENIKAH dan bersedia Tidak MENIKAH selama dalam kontrak (Surat Pernyataan dan Persetujuan Orang Tua di atas Materai)
- Tidak TERIKAT KONTRAK KERJA pada Lembaga / Instansi manapun selama menjadi peserta PSP - 3
- Memiliki pengalaman ber - Organisasi dengan melampirkan Surat Keterangan dari Organisasi
- Bersedia ditempatkan di luar wilayah Provinsi asal calon peserta PSP - 3 dan Tidak Meninggalkan Desa lokasi penempatan selama Masa Kontrak
- Memiliki kemampuan menulis dan mendokumentasikan laporan melalui teknologi informatika
- Tidak sedang / melanjutkan kuliah selama kontrak kerja
- Belum pernah mengikuti Program SP-3 / PSP-3 yang dibiayai oleh APBN atau APBD.
- Pas Foto BERWARNA ukuran 3 x 4 dan 4 x 6 ( 5 lembar )
- Lulus Seleksi dan bersedia Menandatangani KONTRAK KERJA di atas Materai

Gambar 7. Poster Kegiatan



Gambar 8. Website BPO